السيد الدكتور/ أحمد محمد عبد الفتاح محمد

تحية طيبة وبعد ،،،

ايماءاً إلى البحث المقدم من سيادتكم بعنوان :

" التحول الرقمي وعلاقته بالميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب بجمهورية مصر العربية."

(بحث فردي) وذلك للنشر في مجلة علوم الرياضة بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا.

تشرف بإفادة سيادتكم بأن البحث المشار إلية قد قبل للنشر في إبريل ٢٠٢٤ وسوف ينشر في عدد من أعداد المجلة القادمة.

مع أطيب التمنيات بدوام التوفيق ،،،

سكرتير التحرير

أ.د/ عاطف عبد الرحمن سيد

رئيس التحرير

أ.د/طارق محمد صلاح الدين

مجلة علوم الرياضة

تحقيق مكانة مرموقة بين كليات التربية الرياضية على المستوى المحلى والاقليمي فى المجال التعليمي والبحثي وخدمة المجتمع وتنمية البيئة

تلتزم كلية التربية الرياضية - جامعة المنيا بإعداد كوادر متخصصة في المجال الرياضي قادرين على التنافس فى سوق العمل المحلى والاقليمي من خلال البرامج التعليمية والأنشطة البحثية التي تهدف للارتقاء بالمهنة وخدمة المجتمع

رقم الايداع بدار الكتب و الوثائق القومية ١٢٤٢١ الترقيم الدولى الموحد للطباعة ١٦٨٧-٢٧٤٦

الترقيم الدولى الموحد الالكترونى ٢٧٣٥ - ٣٠٧٩

sja.journals.ekb.eg phe.jour@minia.edu.eg

جامعة المنيا
MINIA UNIVERSITY
كلية التربية الرياضية

مجلة علوم الرياضة

دورية - علمية - محكمة

" التحول الرقمي وعلاقته بالميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب بجمهورية مصر العربية "

د / أحمد محمد عبد الفتاح محمد [١]

مستخلص البحث

يهدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين التحول الرقمي والميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب ،**واتبع الباحث** في إجراءات هذا البحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي نظراً لملائمته لطبيعة البحث ،**تم اختيار** عينة البحث بالطريقة العشوائية ،فقد بلغت العينة الاستطلاعية عدد(٥٠) عضو ،وبلغت العينة الاساسية عدد(٢٥٢) عضو ،**ومن أهم النتائج** التالي:

أولاً : الاستنتاجات الخاصة بمدى تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب ؟.

- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **واقع التحول الرقمي للنادي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** وتدل على أن تقنيات التحول الرقمي تساعد على حماية خصوصية بيانات الأعضاء ،وأن النادي يقدم خدماته بشكل إلكتروني.
- عدم وجود فروق داله إحصائياً في العبارة **رقم (٣)** بمحور **خدمات التحول الرقمي** بعدم احتواء خدمات التحول الرقمي بالنادي على القواعد المنظمة لسلوك الأعضاء.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** حيث تتيح منصات التحول الرقمي بالنادي على خطوات وشروط الاشتراك ومواعيد التدريبات بالأكاديميات الرياضية بالنادي.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **خدمات التحول الرقمي للجانب الاجتماعي والترفيهي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** حيث تتضمن خدمات التحول الرقمي بالنادي أنشطة اجتماعية تجمع بين أفراد الأسرة ،وتتيح تكوين صداقات جديدة.

ثانياً : الاستنتاجات الخاصة بواقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب؟.

- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **جودة خدمات النادي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** حيث توفر إدارة النادي خط ساخن لاستقبال شكوى الأعضاء بأي وقت ،كما تسعى لتسهيل وإتاحة خدمات النادي إلكترونياً.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **الابتكار والإبداع في تقدم خدمات النادي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** حيث توفر إدارة النادي خدمات الاستعلام والاستفسار وتلقي الشكاوى إلكترونياً ، وإتاحة التطبيقات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات دون الحضور للنادي.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **تكلفة خدمات النادي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** حيث تقدم إدارة النادي عروض للاشتراك بالأنشطة الرياضية بالنادي كـ (خصم الأخوات–اشتراك ربع سنوي مع تخفيض التكلفة–الاشتراك بنصف القيمة–تقسيط سداد العضوية).
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **مرونة خدمات النادي** بين عينة البحث في الاستجابات الثلاثة في الاتجاه **بنعم** حيث تسهل إدارة النادي في اشتراكاتها سياسة التقسيط بدون فائدة للأعضاء.

ثالثاً : الاستنتاجات الخاصة بالعلاقة بين التحول الرقمي و الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ؟.

- توجد علاقة ارتباطية طردية قوية فيما بين التحول الرقمي بمحاوره و الميزة التنافسية بمحاوره بأندية سيتي كلوب.

---

[١] مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية والترويح بكلية التربية الرياضية - جامعة بنها.

ABSTRACT

“Digital transformation and its relationship with the competitive advantage of City Club clubs in the Arab Republic of Egypt”

The research aims to identify the relationship between digital transformation and the competitive advantage of City Club clubs. The researcher followed the descriptive method using the survey approach due to its suitability for the nature of the research. The research sample was selected randomly, with the exploratory sample consisting of 50 members and the main sample consisting of 252 members. The most important results are as follows:

First: The conclusions regarding the extent of digital transformation implementation at City Club clubs?

- There are statistically significant differences in the axis of the club's digital transformation reality among the research sample in the three responses in the affirmative direction, indicating that digital transformation technologies help protect the privacy of members' data, and that the club provides its services electronically.
- The absence of statistically significant differences in statement number (3) in the digital transformation services axis, regarding the lack of rules governing member behavior in the club's digital transformation services.
- There are statistically significant differences in the digital transformation services axis for the sports aspect among the research sample in the three responses in the affirmative direction, as the digital transformation platforms at the club provide steps and conditions for subscription and training schedules at the club's sports academies.
- There are statistically significant differences in the axis of digital transformation services for the social and recreational aspect among the research sample in the three responses in the affirmative direction, as the digital transformation services at the club include social activities that bring family members together and allow for the formation of new friendships.

Secondly: The conclusions regarding the reality of the competitive advantage of City Club clubs?

- There are statistically significant differences in the axis of the quality of club services among the research sample in the three responses in the affirmative direction, as the club management provides a hotline to receive members' complaints at any time, and also seeks to facilitate and make the club's services available electronically.
- There are statistically significant differences in the innovation and creativity axis in the club's service delivery among the research sample in the three responses in the affirmative direction, as the club management provides inquiry and complaint services electronically, and offers modern digital applications for service delivery without the need to visit the club.
- There are statistically significant differences in the axis of club service costs among the research sample in the three responses in the affirmative direction, as the club management offers subscription deals for sports activities at the club such as (sibling discount, quarterly subscription with cost reduction, half-value subscription, installment payment for membership).
- There are statistically significant differences in the axis of the club's service flexibility among the research sample in the three responses in the affirmative direction, as the club management facilitates an interest-free installment policy for its members.

Third: The conclusions regarding the relationship between digital transformation and competitive advantage in City Club clubs؟

- There is a strong positive correlation between digital transformation in its aspects and competitive advantage in its aspects at City Club clubs.

" التحول الرقمي وعلاقته بالميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب بجمهورية مصر العربية "

د / أحمد محمد عبد الفتاح محمد [١]

مقدمة ومشكلة البحث:

شهدت المجتمعات في العقدين الماضيين تطورات متسارعة في شتى مجالات الحياة الإجتماعية والثقافية والرياضية والمعلوماتية ،ومع ظهور التكنولوجيا الرقمية تغير العالم بشكل كبير ومستمر، وقد بذلت الدولة في السنوات الماضية العديد من الجهود لتوفير بنية تحتية تكنولوجية ،ودعم قطاع تكنولوجيا المعلومات في كافة المجالات ،وذلك لتوجه الدولة نحو التحول الرقمي لمحاولة اللحاق بركب العالم المتقدم وتحقيق نمو اقتصادي قائم على المعرفة. (٢٥)

فالثورة الرقمية هي إحدى أبرز فاعليات التطور التكنولوجي الذي نشهده اليوم، حيث اجتاحت الطفرة التي عرفها عالم الإتصالات والمعلومات في كل الجوانب الحياتية، وتغلغلت داخل أغلب الوسائط المجتمعية، وأدت إلى انفجار معرفي ضخم، وفتحت آفاقا جديدة أمام الجميع، حيث تغير مفهوم المكان والزمان بالنسبة لهم، و أصبح مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالعوامل الإفتراضية التي تقوم علي تكنولوجيا المعلومات، ووسائل الإتصال الحديثة. (٣٧ : ٩)

ويوصف التحول الرقمي أيضا بأنه تحول الأنشطة والخدمات والعمليات والكفاءات إلى نماذج رقمية ذات محتوى افتراضي تتضمن الإستفادة من التغيرات المتسارعة والفرص التي توفرها التكنولوجيا الرقمية بحيث تعطي قدرات أكثر رشاقة تنمي الإبتكار، ويشار إليه بأنه إعادة تنظيم أو إعادة الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات، ويسمح من خلالها بالاشتراك الرقمي للعملاء.(٣٦ : ١٦)

.ويرى محمد حسن (٢٠١٧) أن عملية التحول الرقمي يجب أن تتضمن ثلاثة متطلبات رئيسة، أولها تحديد الإستراتيجية المناسبة للتحول الرقمي ،وثانيها معرفة آليات العمل المتوفرة داخل المؤسسة ،ودرجة أهمية وفاعلية كل منها، وثالثها توافر التدريب المناسب لجميع العاملين لضمان السير على النهج المناسب ضمن خطوات فعالة .للإستفادة من هذه التكنولوجيا جميع مجالات الأعمال الخدمية والأنشطة الرياضية ولاسيما قطاع الإدارة والرياضة.(٢٢: ٧٣)

وقد أصبح التحول الرقمي اليوم ضرورةً مُلحّة وقرار لا بدّ من اتّخاذه في جميع المُنشآت بمختلف الأحجام والقطاعات ،وعلى الجانب الآخر صناعة الرياضة بدأت اللحاق بالركب ومحاولة مجاراة التطور في السنوات الأخيرة الماضية ،وهذه بعض الخطوات التي يجب على

[١] مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية والترويح بكلية التربية الرياضية - جامعة بنها.

المؤسسة الرياضية اتّخاذها لتفعيل مبادرات التحول داخل كياناتها ومنها إجراء تحليلات لمعرفة الوضع الحالي للمؤسسة وأين تكمن نقاط القوة والضعف ،ودراسة استراتيجيات المؤسسة الأكبر ،والبنية التحتية ،وتحديد أولويات عملية التحول الرقمي وما تريد تحقيقه من التحول الرقمي ،وأيضا تصميم وتطوير إستراتيجية التحول الرقمي والتّأكُّد من أنها تتماشى مع الإستراتيجية العامة للمؤسسة ،والتحدَّث إلى الموظّفين لمعرفة أفكارهم والتعرف على نظرتهم تجاه التحول. هذا سيساعد في معرفة مدى الحاجه لبرامج تدريبية لإدارة التغيير,كتحديد أهم المشاريع الرئيسية والتي تُحقّق أهداف المُنشأة من التحول للبدء فيها فورًا ،كما يجب تحديد مؤشرّات قياس الأداء الرئيسية. (٤٨)

فالتحول الرقمي أصبح كلمة طنانة في السنوات الأخيرة، ولكن ماذا يعني ذلك بالضبط؟ بعبارات بسيطة، يشير التحول الرقمي إلى دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب الأعمال التجارية، مما يؤدي إلى تغيير جذري في كيفية عملها وتقديم القيمة للعملاء. إنها تنطوي على الاستفادة من الأدوات والتقنيات الرقمية لتبسيط العمليات وتعزيز تجارب العملاء واكتساب ميزة تنافسية في مشهد الأعمال سريع التطور اليوم ،ومع ظهور الإنترنت والتقدم التكنولوجي، تشرع الشركات في مختلف الصناعات في رحلات التحول الرقمي للبقاء على صلة بالموضوع والازدهار في العصر الرقمي. من الشركات الناشئة الصغيرة إلى الشركات متعددة الجنسيات، تدرك المؤسسات الحاجة إلى التكيف مع التقنيات الرقمية واحتضانها لتلبية المتطلبات المتغيرة للعملاء والحفاظ على قدرتها التنافسية. (٤٩)

وأصبحت الميزة التنافسية واحدة من الحاجات الملحة على مستويات وأصعدة مختلفة فعلى المستوى الفردي يحتاجها الفرد للحصول على فرصة عمل وللمنظمات لضمان الاستدامة والنمو وعلى مستوى الدول لضمان مستقبلها ومستوى معيشة جيد للشعوب علماً بأن الكتابات بدأت منذ منتصف القرن الماضي. (٦ : ٧٣)

فهي تركز على تلبية حاجات العملاء من النوعية والجودة وبالتالي استخدام وسائل إنتاج وخدمات متطورة ويد عاملة مدربة برغم من أن ذلك سوف يعمل على زيادة التكلفة على المدى القصير إلا أنها تؤدي إلى اقتحام المخرجات للأسواق العالمية. (٦ : ٧٣)

وفي المجال الرياضي تزداد حدة المنافسة خلال السنوات القليلة الماضية، قد استدعى درجة عالية من اليقظة والتعامل مع المستجدات بشكل غير تقليدي، وتعتبر الميزة التنافسية سلاحاً تنافسياً أساسيا لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة، وذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات العملاء والمستفيدين في المستقبل

عن طريق إيجاد التقنيات والمهارات الإنتاجية بصورة تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة كما أنها تعتبر معياراً مهماً لتحديد المنظمات الناجحة عن غيرها ،وتشتمل على الإمكانات المادية والبشرية والمعلوماتية (٤٠: ٨).

وقد تتمكن المنظمات من خلق ميزة تنافسية ولكن سرعان مايقلدها المنافسون وبالتالي تزول هذه الميزة التنافسية، والموارد والمقدرات التي بنيت عليها تؤثر في سهولة أو صعوبة تقليدها، فكلما كانت صعبة التقليد كلما استمرت لمدة أطول (٢٣: ٦)

يعتبر التحول الرقمي أحد مستحدثات العصر، ويشكل أكبر ميزة تنافسية لأي مؤسسة ،فامتلاك التكنولوجيا الحديثة يساعد في تقدمها ،فقد أصبحت الحاجة إلى رقمنة الخدمات أشد إلحاحاً أكثر من أي وقت مضى، ويجب على المؤسسات إظهار مرونة وكفاءة أكبر حتى تتمكن من توجيه الموارد المتاحة لإعادة بناء اقتصاداتها، هذا بالإضافة إلى أنها مطالبة بتلبية توقعات المستخدمين المتزايدة، فالموظفون والعملاء يعيشون في عالم رقمي متسارع و يطبقون معظم ما يخص التحول الرقمي.(٣٣: ٢)

فالتحول الرقمي يساعد على سرعة إنجاز العمل المطلوب ،تحسن جدوى الاستثمارات، زياده عمليه الانتاج وتحسين قيمة المنتجات، تطبيق الخدمات الجديدة والمبتكر والبعد عن الطرق التقليدية ،إستخدام حلول مبتكرة وجديدة في حل المشكلات، تقليل الأخطاء في العمل وهذا ماتساعد عليها الآلات الحديثة والأجهزة التكنولوجية، القدرة على التخطيط. (٣٣: ٢)

ومن خلال العرض السابق ونظراً لما مر به العالم في ظل ظروف جائحة كورونا والتي فرضت على الدولة التحول إلى التحول الرقمي واستخدم التكنولوجيا متمثلة في المنصات الرقمية لكل مؤسسات الدوله كالصحة والتعليم والرياضة وأنه يوجد العديد من المؤسسات الرياضية التي لا تعير إهتمامها للتحول الرقمي ويجعلها خارج اختيار وإهتمام المستفيدين وتفقدهم مما يسبب لها خسائر مادية ،ومن خلال عمل الباحث بنادي سيتي كلوب ومتابعته لكيان هذه المؤسسة الرياضية التي اعتمدت على التحول الرقمي في تقديم جميع خدماتها الأدارية والرياضية والأجتماعية والترفيهية والثقافية مما ميزها أمام باقي المؤسسات والأندية الرياضية المماثلة والمنافسة لها وساعدها على اهتمام واستقطاب عدد كبير من المستفيدين والأعضاء بفترة قصيرة جداً وأصبح كيان رياضي يضم العديد من الأفرع بجميع محافظات مصر ،مما استدعى الباحث لدراسة واقع التحول الرقمي ومدى تطبيقه بالنادي وما يقدمه من خدمات إدارية وتنظيمية ورياضية واجتماعية للأعضاء ،وإجراء بحث بعنوان " **التحول الرقمي وعلاقته بالميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب بجمهورية مصر العربية**"

هدف البحث :

يهدف هذا البحث إلي التعرف على العلاقة بين التحول الرقمي والميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب من خلال الأتى :

١. التعرف على مدى تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب.
٢. التعرف على واقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب.
٣. العلاقة بين التحول الرقمي والميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب.

تساؤلات البحث :

١. ما مدى تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب ؟
٢. ما هو واقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ؟
٣. ما هي العلاقة بين التحول الرقمي والميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب ؟

مصطلحات البحث :

- **التحول الرقمي** : هو عملية التغيير التي تقوم بها الأندية لإجراء تغييرات جذرية في الجوانب التنظيمية الرئيسية والثقافية في المُنشآت الرياضية ،وإعادة تشكيل عملياتها ونماذجها الإدارية والتشغيلية وجعلها تعتمد على التقنيات الرقمية بغرض تحسين مستوى الأداء للعملاء، وتوليد مصادر إيرادات جديدة، وتقليل التكاليف على المدى الطويل. (٤٨)
- **الميزة التنافسية:** هي كل ما يميز المنظمة عن غيرها من المنظمات المماثلة والتي تكون أحد نقاط القوة في التعامل مع المتغيرات المحيطة بها والمنظمات المنافسة. (٤٥ : ٥٧)

الدراسات المرجعية :

أولاً: الدراسات المرجعية العربية :

١. دراسة **أمين جعفر (٢٠٢٠) (٤) بعنوان** " **دور التوجه الريادي في دعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية** " حيث **هدفت الدراسة** للتعرف على دور التوجه الريادي في دعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي ،وتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة جمع البيانات، وتم التطبيق على عينة مكونة من (٧٠) فرد من مجالس إدارات الأندية الرياضية ومديري الأندية والإدارات الرياضية ،**وتوصلت الدراسة إلى** أن النادي يسعى بشكل دائم لتطبيق التقنيات الحديثة ،مما يساعد على سرعة إنجاز الخدمات.

٢. دراسة **هبه كمال القصبي (٢٠٢٤) (٢٧)** بعنوان **تأثير التحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية : الدور الوسيط لإدارة المواهب بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة حيث تهدف الدراسة إلى** التعرف على تأثير التحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية من خلال توسيط إدارة المواهب بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها تم سحب عينة عشوائية طبقية قوامها (٣٤٩) مفردة، **،وتوصلت نتائج الدراسة** إلى زيادة التأثير المعنوي للتحول الرقمي على الميزة التنافسية عند توسيط إدارة المواهب نتج عنها زيادة في التأثير الكلى للعلاقة وهذه الزيادة في التأثير كانت مصحوبة بدلالة إحصائية تؤكد معنوية العلاقة وبالتالي تتوسط إدارة المواهب في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الميزة التنافسية بشكل جزئى بالجامعة محل الدراسة.

ثانياً: الدراسات المرجعية الأجنبية :

١. **دراسة Fitzgerald, M et. Al ٢٠١٣م (٣١)** بعنوان **استراتيجية جديدة للتكنولوجيا الرقمية ،حيث تهدف الدراسة** إلى وضع استراتيجية جديدة لإستخدام التكنولوجيا الرقمية ،واستخدم الباحث المنهج الوصفي ،واستخدم الباحث الاستبيان كأداة للدراسة وجمع البيانات **،وتوصلت الدراسة** الى أن رقمنة المنظمات يعزز القدرة على توليد مزايا تنافسية تتمثل في خفض التكلفة وتحسين الكفاءة أو أشكال جديدة للإنتاج.

وقام الباحث بالإطلاع على الدراسات المرجعية (١) ،(٢) ،(٣) حيث تعتبر هذه الدراسات المرجعية ذات أهمية بالغة لما تضمنه من حقائق ومعلومات وما تحتويه من نتائج تعد بمثابة ذخيرة علمية تنير الطريق أمام الباحث لما لها من دور فعال خلال خطوات الدراسة ، ويتناول الباحث فى هذا الجزء عرض ومناقشة وتحليل أهم البحوث والدراسات المرجعية التى أجريت فى مجال الدراسة بهدف إلقاء الضوء على أهم المعلومات التى أخذت فى الاعتبار بهذا البحث .

إجراءات البحث :

أولاً : منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي "الدراسة المسحية" وذلك لمناسبته لتحقيق هدف البحث.

ثانياً : مجتمع وعينة البحث:

١- **مجتمع البحث:** تمثل مجتمع البحث في الأعضاء الأساسية بأندية سيتي كلوب.

٢- عينة البحث:

- **العينـة الاستطلاعية :** تم اختيار عينة البحث الاستطلاعية بالطريقة العشوائية من داخل مجتمع البحث وخارج العينة الاساسية للبحث وعددهم (٥٠) عضو.
- **العينـة الاساسية :** قام الباحث بتطبيق أداة البحث علي عينة عشوائية من أعضاء أندية سيتي كلوب ،وذلك بعد استبعاد أفراد العينة الاستطلاعية ،وبذلك تصبح العينة الاساسية للبحث (٢٥٢) من تعداد مجتمع البحث ،وجدول (١) يوضح توصيف عينة البحث.

جدول (١) توصيف أفراد عينة البحث الأساسية والاستطلاعية

م	عينة الدراسة	العينة	العينة الاستطلاعية	%	العينة الاساسية	%
١	فرع العبور	٧٤	١٢	% ٢٤	٦٢	% ٢٤,٦
٢	فرع بنها	٧٢	١٠	% ٢٠	٦٢	% ٢٤,٦
٣	فرع شبين الكوم	٨٠	١٥	% ٣٠	٦٥	% ٢٥,٨
٤	فرع طنطا	٧٦	١٣	% ٢٦	٦٣	% ٢٥
	الإجمالي	٣٠٢	٥٠	% ١٠٠	٢٥٢	% ١٠٠

جدول (٢) التوصيف الإحصائي لعينه البحث في استجابات استبيان "التحول الرقمي "

ن=٢٥٢

المحاور	المتوسط	الانحراف	الوسيط	معامل الالتواء
واقع التحول الرقمي للنادي	٢٢,٢٤	١,٨٤	٢٢	٠,٣٩١
خدمات التحول الرقمي للجانب الاداري	٢١,٥٦	٠,٩٤١	٢٢	-١,٤٠٣
خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي	٢٢,٨٤	٢,٠٤٦	٢٣	-٠,٢٣٥
خدمات التحول الرقمي للجانب الاجتماعي والترفيهي	١٨,٥٤	١,٦٥٧	١٨	٠,٩٧٨
المجموع	٨٥,١٨	٦,٤٨٤	٨٥	٠,٠٨٣

يتضح من جدول (٢) المتوسط والانحراف المعياري والوسيط ومعامل الالتواء حيث انحصرت نتائج عينه البحث في المتغيرات قيد الدراسة بين (+) و (-) ٣ مما يدل علي التوزيع الطبيعي لعينه البحث قيد الدراسة في استجابات استبيان التحول الرقمي.

جدول (٣) التوصيف الإحصائي لعينه البحث في استجابات استبيان "الميزة التنافسية"

ن=٢٥٢

الأبعاد	المتوسط	الانحراف	الوسيط	معامل الالتواء
جوده خدمات النادي	٢٥,٢٤	١,٢٣	٢٥	٠,٥٨٥
الابتكار والابداع	١٢,٨٤	٠,٩٤١	١٢	٢,٦٧٨
تكلفه خدمات النادي	٢٢,٤٨	٢,٠٤٦	٢٢	٠,٧٠٤
مرونه خدمات النادي	١٣,٩٨	١,٦٥٧	١٣	١,٧٧٤
المجموع	٧٤,٥٤	٥,٨٧٤	٧٢	١,٢٩٧

يتضح من جدول (٣) المتوسط والانحراف المعياري والوسيط ومعامل الالتواء حيث انحصرت نتائج عينه البحث في المتغيرات قيد الدراسة بين (+) و (-) ٣ مما يدل علي التوزيع الطبيعي لعينه البحث قيد الدراسة في استجابات استبيان الميزة التنافسية.

ثالثاً : أدوات جمع البيانات:

قام الباحث بجمع البيانات بعد الإطلاع على العديد على الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة والمقابلات الشخصية لبناء أستمارتي الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات والمعلومات في البحث بعد التأكد من صدقها وثباتها.

- استبيان **التحول الرقمي** لأندية سيتي كلوب "**إعداد الباحث**"
- استبيان **الميزة التنافسية** لأندية سيتي كلوب "**إعداد الباحث**"

١- صياغه عبارات الاستبيان

قام الباحث بصياغة عبارات الاستبيانان في ضوء الفهم والتحليل النظري الخاص لكل محور، وقد استعان الباحث ببعض المقاييس والاستبيانات الخاصة بـ "بالتحول الرقمي و الميزة التنافسية" للبحوث السابقة حيث تم الحصول على بعض العبارات منها وتم تعديل صياغتها بما يتناسب مع عينة البحث ، وتم إعداد الاستبيان في ضوء الخطوات السابقة، حيث تم إعداد وصياغة العبارات تحت كل محور كلاً حسب طبيعته، وتكونت الصورة الأولية لاستبيانان التحول الرقمي من (٤) محاور وعدد (٤٦) عبارة مرفق (٢) والميزة التنافسية من (٤) محاور وعدد (٣٤) عبارة مرفق(٣).

٢- استطلاع رأي السادة الخبراء :

قام الباحث بعرض الاستبيانان قيد البحث علي السادة الخبراء من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية الرياضية وعددهم (٥) خبراء مرفق (١) ،للتحقق من الصدق المنطقي لملائمة العبارات المقترحة لأهداف البحث ،ومدي ملائمة صياغة المحاور والعبارات المقترحة ومناسبتها ، ومدي إمكانية حذف وتعديل أو إضافة محاور وعبارات أخري ،ثم حدد الباحث من خلال استطلاع رأي الخبراء النسبة المئوية لاتفاق الخبراء علي المحاور كما يتضح بجدول رقم (٤) ،(٦) ،وقام بها الباحث في الفترة من (الأثنين ١/١/ ٢٠٢٤ م) إلي (الأثنين ٨/ ١/ ٢٠٢٤ م).

جدول (٤) نسبة اتفاق السادة الخبراء علي محاور استبيان "التحول الرقمي"

ن=٥

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
١	واقع التحول الرقمي للنادي	٥	% ١٠٠
٢	خدمات التحول الرقمي للجانب الاداري	٥	% ١٠٠
٣	خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي	٥	% ١٠٠
٤	خدمات التحول الرقمي للجانب الاجتماعي والترفيهي	٥	% ١٠٠

يتضح من جدول (٤) تكرار الموافقة علي محاور الاستبيان النسبة المئوية للموافقة من السادة الخبراء والتي كانت (١٠٠%) وذلك من خلال نتائج استمارة استطلاع رأي الخبراء ،وقد ارتضي الباحث هذه النسبة للموافقة علي محاور الاستبيان .

جدول (٥) نسبة اتفاق السادة الخبراء علي عبارات استبيان " التحول الرقمي "

ن=٥

المحور الأول			المحور الثاني			المحور الثالث			المحور الرابع		
م	التكرار	%	م	التكرار	%	م	التكرار	%	م	التكرار	%
١	٥	%١٠٠	١	٥	%١٠٠	١	٥	%١٠٠	١	٥	%١٠٠
٢	٤	%٨٠	٢	٥	%١٠٠	٢	٥	%١٠٠	٢	٥	%١٠٠
٣	٢	%٤٠	٣	٥	%١٠٠	٣	٥	%١٠٠	٣	٤	%٨٠
٤	٤	%٨٠	٤	٥	%١٠٠	٤	٥	%١٠٠	٤	٥	%١٠٠
٥	٤	%٨٠	٥	٥	%١٠٠	٥	٥	%١٠٠	٥	٤	%٨٠
٦	٥	%١٠٠	٦	٥	%١٠٠	٦	٥	%١٠٠	٦	١	%٢٠
٧	٥	%١٠٠	٧	٤	%٨٠	٧	٤	%٨٠	٧	١	%٢٠
٨	٢	%٤٠	٨	٥	%١٠٠	٨	٤	%٨٠	٨	٥	%١٠٠
٩	٥	%١٠٠	٩	٤	%٨٠	٩	١	%٢٠	٩	٥	%١٠٠
١٠	٥	%١٠٠	١٠	١	%٢٠	١٠	٣	%٦٠	١٠	٤	%٨٠
١١	٥	%١٠٠				١١	١	%٢٠	١١	١	%٢٠
١٢	٣	%٦٠									
١٣	٥	%١٠٠									
١٤	٢	%٤٠									

يتضح من جدول (٥) تكرار الموافقة علي عبارات الاستبيان والوزن النسبي للموافقة من السادة الخبراء والتي تراوحت ما بين (٢٠% : ١٠٠%) وذلك من خلال نتائج استمارة استطلاع رأي الخبراء، وقد ارتضي الباحث نسبة لا تقل عن (٥٠%) كحد أدني للموافقة علي عبارات الاستبيان ،وبذلك يكون عدد عبارات الاستبيان (٣٨) عبارة بعد استبعاد العبارات ارقام (٣، ٨، ١٤) من المحور الأول ،و (١٠) من المحور الثاني ،و (٩) من المحور الثالث ،و (٦، ٧، ١١) من المحور الرابع ،مرفق (٤).

جدول (٦) نسبة اتفاق السادة الخبراء علي محاور استبيان "الميزة التنافسية"

ن=٥

م	المحور	التكرار	النسبة المئوية
١	**جوده خدمات النادي**	٥	% ١٠٠
٢	**الابتكار والابداع**	٥	% ١٠٠
٣	**تكلفه خدمات النادي**	٥	% ١٠٠
٤	**مرونه خدمات النادي**	٥	% ١٠٠

يتضح من جدول (٦) تكرار الموافقة علي محاور الاستبيان النسبة المئوية للموافقة من السادة الخبراء والتي كانت (١٠٠%) وذلك من خلال نتائج استمارة استطلاع رأي الخبراء ،وقد ارتضي الباحث هذه النسبة للموافقة علي محاور الاستبيان .

جدول (٧) نسبة اتفاق السادة الخبراء علي عبارات استبيان " التحول الرقمي "

ن=٥

المحور الأول			المحور الثاني			المحور الثالث			المحور الرابع		
م	التكرار	%	م	التكرار	%	م	التكرار	%	م	التكرار	%
١	٥	%١٠٠	١	٥	%١٠٠	١	٥	%١٠٠	١	٥	%١٠٠
٢	٢	%٤٠	٢	٥	%١٠٠	٢	٥	%١٠٠	٢	٥	%١٠٠
٣	٥	%١٠٠	٣	٥	%١٠٠	٣	٥	%١٠٠	٣	٤	%٨٠
٤	٤	%٨٠	٤	٥	%١٠٠	٤	٤	%٨٠	٤	٥	%١٠٠
٥	٥	%١٠٠	٥	٥	%١٠٠	٥	٥	%١٠٠	٥	٤	%٨٠
٦	٥	%١٠٠	٦	٥	%١٠٠	٦	٥	%١٠٠			
٧	٥	%١٠٠				٧	٤	%٨٠			
٨	٤	%٨٠				٨	٤	%٨٠			
٩	٥	%١٠٠				٩	٥	%١٠٠			
١٠	٥	%١٠٠				١٠	٤	%٨٠			
١١	٢	%٤٠									
١٢	٣	%٦٠									
١٣	٥	%١٠٠									

يتضح من جدول (٧) تكرار الموافقة علي عبارات الاستبيان والوزن النسبي للموافقة من السادة الخبراء والتي تراوحت ما بين (٢٠% : ١٠٠%) وذلك من خلال نتائج استمارة استطلاع رأي الخبراء، وقد ارتضي الباحث نسبة لا تقل عن (٥٠%) كحد أدني للموافقة علي عبارات الاستبيان ،وبذلك يكون عدد عبارات الاستبيان (٣٣) عبارة بعد استبعاد العبارات ارقام (٢ ،١١) من المحور الأول ،وإضافة عبارة رقم (٦) للمحور الرابع ،مرفق (٥).

٣- طريقة تصحيح الإستبيانان:

وقد أتفق السادة الخبراء علي أن يكون ميزان تقدير الدرجات للإستبيان ثلاثي التقدير كالتالي :

- **نعم** : ثلاث درجات - **إلى حد ما** : درجتان - **لا** : درجة واحدة.

رابعا : الدراسة الاستطلاعية

كان الهدف من هذه الدراسة هو التأكد من المعاملات العلمية (الصدق، الثبات) للإستبيانين "**التحول الرقمي** " ،و"**الميزة التنافسية**" ،وذلك بتطبيق الاستبيانين مرفق (٢) و (٣) علي العينة الاستطلاعية وقوامها (٥٠) عضو ،وكذلك كان الهدف من إجراء الدراسة الاستطلاعية التعرف على (مدى فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الاستبيانين - التعرف على الصعوبات المحتمل ظهورها أثناء التطبيق لتلافيها - تحديد ما تستغرقة الدراسة الاساسية من وقت).

وقد اسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية علي (فهم عينة البحث للعبارات التى يتضمنها الاستبيانين حيث لم يبدر من أى منهم الاستفسار عن أى عبارة من عبارات الاستبيان - توصل الباحث إلى الزمن الذى تستغرقة الدراسة الاساسية من وقت ، كما توصل أن العبارات سهلة الصياغة - قام الباحث بحساب المعاملات العلمية للاستبيانين قيد البحث علي العينه الاستطلاعية **في الفتره من** وذلك في الفترة من (السبت ٢٠/ ١/٢٠٢٤ م) إلي (الأربعاء ٣١/١/٢٠٢٤ م).

سادساً : المعاملات العلمية لأدوات البحث

قام الباحث بحساب المعاملات العلمية للاستبيانين قيد البحث علي العينه الاستطلاعية من مجتمع البحث وخارج عينة الدراسة الاساسية من ،وذلك للتأكد من صدق وثبات الاستبيانين عند استخدامه مع مجتمع البحث.

١. المعاملات العلمية لاستبيان " التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب "

أ- صدق الاستبيان:

- **صدق المُحكمين (صدق المحتوي):**

قام الباحث باستخدام صدق المُحكمين (صدق المحتوي)، حيث تم عرض استمارة استطلاع رأي السادة الخبراء لاستبيان "**التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب**" في صورته الأولية وعدد محاوره (٤) محاور وعدد عباراته (٤٦) عبارة مرفق (٢) على مجموعة الخبراء (المُحكمين) والبالغ عددهم (٥) ، والموضحة أسمائهم بالمرفق (١) ، واعتبر الباحث نسبة اتفاق السادة الخبراء علي عبارات الاستبيان معياراً لصدقه.

- **صدق الاتساق الداخلي:**

كما قام الباحث بحساب صدق الاستبيان " **التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب** " قيد البحث من خلال استخدام طريقة صدق الاتساق الداخلي ،حيث قام الباحث بحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان ،وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للمحور التابعة له ،وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل محور علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان وذلك علي عينة الدراسة الاستطلاعية من الأعضاء والتي قوامها (٥٠) عضو ،كما بالجدول التالي.

جدول (٨) مُعاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية لاستبيان " التحول الرقمي "

ن=٥٠

م	المحور الأول		م	المحور الثاني		م	المحور الثالث		م	المحور الرابع	
	ر محور	ر استبيان		ر محور	ر استبيان		ر محور	ر استبيان		ر محور	ر استبيان
١	٠,٩٤٦	٠,٨٤٩	١	٠,٨٤١	٠,٩١٤	١	٠,٧٥٦	٠,٩٤٥	١	٠,٨٧٤	٠,٩٤١
٢	٠,٨٤٧	٠,٩٢٤	٢	٠,٦٥٣	٠,٧٤٣	٢	٠,٩٤٥	٠,٨٤١	٢	٠,٧٥٦	٠,٩١٤
٣	٠,٨٤٥	٠,٨٣٥	٣	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥	٣	٠,٧٤٨	٠,٩١٢	٣	٠,٩٤٥	٠,٨٤١
٤	٠,٩٤٥	٠,٨٤١	٤	٠,٧٤٨	٠,٨٤١	٤	٠,٨٥٦	٠,٩٤١	٤	٠,٧٥٦	٠,٨٦٥
٥	٠,٩٤٦	٠,٨٤٩	٥	٠,٨٤٧	٠,٩٢٤	٥	٠,٨٤١	٠,٩١٤	٥	٠,٩٤٥	٠,٨٤١
٦	٠,٩٨٤	٠,٨٤٢	٦	٠,٩٤٥	٠,٨٧٩	٦	٠,٩١١	٠,٨٤١	٦	٠,٩٤٥	٠,٨٦٥
٧	٠,٨٧٤	٠,٩٧٤	٧	٠,٨٤١	٠,٩١٤	٧	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥	٧	٠,٨٤٥	٠,٩٤٥
٨	٠,٧٥٦	٠,٩٤٥	٨	٠,٦٥٣	٠,٧٤٣	٨	٠,٩١١	٠,٨٤١	٨	٠,٩٤٦	٠,٨٤١
٩	٠,٦٥٣	٠,٧٤٣	٩	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥	٩	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥			
١٠	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥				١٠	٠,٩٤١	٠,٩١٤			
١١	٠,٨٤١	٠,٩١٤									

***قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، درجة حرية (٤٩) = (٠,٤٣٣)**

يوضح الجدول رقم (٨) أن قيم معاملات الارتباط للعبارات دالة عند مستوي معنوية (٠,٠٥)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠,٨٤١ – ٠,٩٨٤) ،**ومما سبق يمكننا الحكم علي الاستبيان بأنه صادق عند استخدامه مع عينة البحث.**

ب- ثبات الاستبيان:

قام الباحث بإيجاد معامل ثبات محاور استبيان "**التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب**" وعددهم (٤) محاور وعباراته وعددها (٣٨) عبارة باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach`s alpha .

جدول (٩) مُعاملات الارتباط ما بين كل محور والدرجة الكلية لاستبيان "التحول الرقمي"

ن=٥٠

م	المحور	قيمه الفا كرونباخ
١	واقع التحول الرقمي للنادي	٠,٨٤٦
٢	خدمات التحول الرقمي للجانب الإداري	٠,٧٤٥
٣	خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي	٠,٨٧٩
٤	خدمات التحول الرقمي للجانب الإجتماعي والترفيهي	٠,٨٧٤
٥	المجموع	٠,٩٤٥

***قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، درجة حرية (٤٩) = (٠,٤٣٣)**

يوضح الجدول رقم (٩) أن قيم معاملات الارتباط للمحاور مع الدرجة الكلية لاستبيان "**التحول الرقمي**" دالة عند مستوي معنوية (٠,٠٥) ، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط للعبارات بين (٠,٧٤٥ – ٠,٨٧٩) حيث اقتربت قيمة معامل ألفا كرونباخ للواحد الصحيح مما يدل علي ثبات محاور الاستبيان.

٢. المعاملات العلمية لاستبيان " الميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب"

أ- صدق الاستبيان:

- **صدق المُحكمين (صدق المحتوي):**

قام الباحث باستخدام صدق المُحكمين (صدق المحتوي)، حيث تم عرض استمارة استطلاع رأي السادة الخبراء لاستبيان "**الميزة التنافسية**" في صورته الأولية وعدد محاوره (٤) محاور وعدد عباراته (٣٤) عبارة مرفق (٣) على مجموعة الخبراء (المُحكمين) والبالغ عددهم (٥) ، والموضحة أسمائهم بالمرفق (١) ، واعتبر الباحث نسبة اتفاق السادة الخبراء علي عبارات الاستبيان معياراً لصدقه.

- **صدق الاتساق الداخلي:**

كما قام الباحث بحساب صدق الاستبيان " **الميـزة التنافسـية**" قيد البحث من خلال استخدام طريقة صدق الاتساق الداخلي ،حيث قام الباحث بحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان ،وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للمحور التابعة له ،وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل محور علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان وذلك علي عينة الدراسة الاستطلاعية من أعضاء النادي والتي قوامها (٥٠) فرد ،كما بالجدول التالي.

جدول (١٠) مُعاملات الارتباط ما بين العبارة والمحور وبين العبارة والدرجة الكلية لاستبيان " الميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب "

ن=٥٠

م	المحور الأول		م	المحور الثاني		م	المحور الثالث		م	المحور الرابع	
	ر محور	ر استبيان		ر محور	ر استبيان		ر محور	ر استبيان		ر محور	ر استبيان
١	٠,٨٤١	٠,٩١٤	١	٠,٨٤٥	٠,٨٣٥	١	٠,٧٥٦	٠,٩٤٥	١	٠,٨٧٤	٠,٩٧٤
٢	٠,٦٥٣	٠,٧٤٣	٢	٠,٩٤٥	٠,٨٤١	٢	٠,٩٤٥	٠,٨٤١	٢	٠,٧٥٦	٠,٩٤٥
٣	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥	٣	٠,٩٤٦	٠,٨٤٩	٣	٠,٧٤٨	٠,٩١٢	٣	٠,٩٤٥	٠,٨٤١
٤	٠,٧٤٨	٠,٨٤١	٤	٠,٩٨٤	٠,٨٤٢	٤	٠,٨٥٦	٠,٩٤١	٤	٠,٧٥٦	٠,٩٤٥
٥	٠,٦٢٣	٠,٧٢٣	٥	٠,٨٧٤	٠,٩٧٤	٥	٠,٨٤١	٠,٩١٤	٥	٠,٩٤٥	٠,٨٤١
٦	٠,٩٤٦	٠,٨٤٩	٦	٠,٧٥٦	٠,٩٤٥	٦	٠,٩١١	٠,٨٤١	٦	٠,٩٤٥	٠,٨٤١
٧	٠,٨٤٧	٠,٩٢٤				٧	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥			
٨	٠,٩٤٥	٠,٨٧٩				٨	٠,٩١١	٠,٨٤١			
٩	٠,٨٧٩	٠,٩١١				٩	٠,٩٤٢	٠,٨٦٥			
١٠	٠,٩٤٧	٠,٨٤٦				١٠	٠,٩٤١	٠,٩١٤			
١١											

***قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، درجة حرية (٤٩) = (٠,٤٣٣)**

يوضح الجدول رقم (١٠) أن قيم معاملات الارتباط للعبارات دالة عند مستوي معنوية (٠,٠٥)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠,٨٤١ – ٠,٩٧٤) مما يدل علي صدقها **،ومما سبق يمكننا الحكم علي الاستبيان بأنه صادق عند استخدامه مع عينة البحث.**

ب- ثبات الاستبيان:

جدول (١١) مُعاملات الارتباط ما بين كل محور والدرجة الكلية لاستبيان "الميزة التنافسية"

ن=٥٠

م	المحور	قيمه الفا كرونباخ
١	جوده خدمات النادي	٠,٧٩٨
٢	الابتكار والابداع	٠,٨٩٤
٣	تكلفه خدمات النادي	٠,٩٤٧
٤	مرونه خدمات النادي	٠,٩٤٧
	المجموع	٠,٨٤٥

***قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، درجة حرية (٤٩) = (٠,٤٣٣)**

يوضح الجدول رقم (١١) أن قيم معاملات الارتباط للمحاور مع الدرجة الكلية لاستبيان "**التمكين الإداري للأخصائيين الرياضيين بجامعة بنها**" دالة عند مستوي معنوية (٠,٠٥) ، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط للعبارات بين (٠,٧٩٨- ٠,٩٤٧) حيث اقتربت قيمة معامل ألفا كرونباخ للواحد الصحيح مما يدل علي ثبات محاور الاستبيان ،**ومما سبق يمكننا الحكم علي الاستبيان بانه ثابت عند استخدامه مع عينة البحث.**

خطوات تطبيق البحث :

- **المسح المرجعي:**

قام الباحث بالإطلاع علي العديد من المراجع العلمية والبحوث والدراسات السابقة التي تناولت مجالات الإدارة والإدارة الرياضية والاختبارات والمقاييس ،وذلك في الفترة من (السبت ٢٠٢٣/١٢/٩ م) إلي (السبت ٢٠٢٣/١٢/٢٣ م).

- **استطلاع رأي الخبراء:**

قام الباحث باستطلاع رأي السادة الخبراء وعددهم (٥) خبير وذلك في مدي مناسبة صياغة ووضوح العبارات، مدي مناسبة العبارة للمحاور الذي تنتمي اليه، كفاية العبارات للتعبير عن المحور الخاص بها، وذلك في الفترة من (الأثنين ٢٠٢٤/١/١ م) إلي (الأثنين ٢٠٢٤/١/٨).

- **الدراسة الإستطلاعية:**

كان الهدف من هذه الدراسة هو التأكد من صدق وثبات الاستبيانين قيد البحث ،وذلك علي العينة الإستطلاعية والتي قوامها (٥٠) عضو من داخل مجتمع البحث وخارج العينة الاساسية للبحث ،وذلك في الفترة من (السبت ٢٠٢٤/١/٢٠ م) إلي(الأربعاء ٢٠٢٤/١/٣١ م).

- **الدراسة الأساسية :**

تم إجراء التجربة الأساسية علي عينة البحث الأساسية والتي قوامها (٢٥٢) عضو من داخل مجتمع البحث ،وعلي أن لا يكونوا قد إشتركوا في التجربة الإستطلاعية ،وذلك في الفترة من (الخميس ٢٠٢٤/٢/١ م) إلي(الخميس ٢٠٢٤/٢/٢٩ م).

- **المُعالجة الإحصائية :**

استخدم الباحث البرنامج الإحصائي (SPSS) لمُعالجة البيانات إحصائياً واستعان بالأساليب الإحصائية التالية :

- **المتوسط الحسابي Arithmetic Mean .**
- **الانحراف المعياري Standard Deviation .**
- **اختبار "ت" T.test .**
- **مُعامل الارتباط البسيط لبيرسون Simple correlation (person) coefficient.**
- **مُعامل ألفا كرونباخ Cronbach`s alpha**
- **اختبار مربع كاي (كا٢) Chi – Square test Statistic(٢ X) .**
- **النسبة المئوية percentage**

عرض ومناقشة النتائج

اولاً : عرض ومناقشة التساؤل الأول:

وينص علي ما مدى تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب ؟.

وللإجابة علي هذا التساؤل وجب علي الباحث التحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات الاستبيان كالتالي:

جدول (١٢)التكرارت والنسبة المئوية والترجيح لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات الإستبيان

ن = ٢٥٢

محور (واقع التحول الرقمي للنادي)									
رقم العبارة	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١٧٦	٧٠٪	٥٤	٢١٪	٢٢	٩٪	٥٣٦	٧٠,٩٠٪	٢٤٧,٢٨٦
٢	١٢٧	٥٠٪	١٠٦	٤٢٪	١٩	٨٪	٥٩١	٧٨,١٧٪	٩٤,٣٢١
٣	١٥٣	٦١٪	٤٤	١٧٪	٥٥	٢٢٪	٤٩٣	٦٥,٢١٪	١٢٣,٣٦٩
٤	١٣١	٥٢٪	٧٣	٢٩٪	٤٨	١٩٪	٥٢٩	٦٩,٩٧٪	٦٨,٠٢٤
٥	١٥٦	٦٢٪	٧٨	٣١٪	١٨	٧٪	٥٦٤	٧٤,٦٠٪	١٧٥,٢٨٦
٦	١٨٥	٧٣٪	٤٢	١٧٪	٢٥	١٠٪	٥٢١	٦٨,٩٢٪	٢٨٤,٣٢١
٧	١٧٣	٦٩٪	٦٦	٢٦٪	١٣	٥٪	٥٥٧	٧٣,٦٨٪	٢٤٨,٦٠٧
٨	١٤٤	٥٧٪	٧٣	٢٩٪	٣٥	١٤٪	٥٤٢	٧١,٦٩٪	١١٤,٢٩٨
٩	١٣٧	٥٤٪	١٠١	٤٠٪	١٣	٥٪	٥٩٠	٧٨,٣٥٪	١٢٦,٨٩٣
١٠	١٦٦	٦٦٪	٧٥	٣٠٪	١١	٤٪	٥٦٨	٧٥,١٣٪	٢٢٣,٥٣٦
١١	١٩٩	٧٩٪	٤٩	١٩٪	٤	٢٪	٥٤٩	٧٢,٦٢٪	٣٩١,٠٧١
محور (خدمات التحول الرقمي للجانب الإداري)									
	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	٢٠٧	٨٢٪	٣٤	١٣٪	١١	٤٪	٥٢٧	٦٩,٧١٪	٤٢٣,٦٥٥
٢	١٩٠	٧٥٪	٤٠	١٦٪	٢٢	٩٪	٥٢٢	٦٩,٠٥٪	٣١٣,٢٨٦
٣	٧٩	٣١٪	١٠١	٤٠٪	٧٢	٢٩٪	٥٣٣	٧٠,٥٠٪	٢,٣١
٤	١٧٠	٦٨٪	٦٧	٢٧٪	١٥	٦٪	٥٥٦	٧٣,٥٤٪	٢٣٢,٧٧٤
٥	١٩٣	٧٧٪	٥٧	٢٣٪	٢	١٪	٥٥٩	٧٣,٩٤٪	٣٦٢,٩٢٩
٦	١٣٤	٥٣٪	١٠٠	٤٠٪	١٨	٧٪	٥٨٦	٧٧,٥١٪	١١١,٣٨١
٧	١٧٣	٦٩٪	٦٠	٢٤٪	١٩	٨٪	٥٤٥	٧٢,٠٩٪	٢٣٨,٨٩٣
٨	١٦٩	٦٧٪	٧٠	٢٨٪	١٣	٥٪	٥٦١	٧٤,٢١٪	٢٣٢,٠٣٦
٩	١٣٩	٥٥٪	٨٦	٣٤٪	٢٧	١١٪	٥٦٣	٧٤,٤٧٪	١١٠,٧٠٢

محور (خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي)									
م	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١٧٢	٦٨٪	٦٩	٢٧٪	١١	٤٪	٥٦٢	٧٤,٣٤٪	٢٤٧,٨٢١
٢	٢٠١	٨٠٪	٣٦	١٤٪	١٥	٦٪	٥٢٥	٦٩,٤٤٪	٣٨٢,٦٠٧
٣	١٩٧	٧٨٪	٤٢	١٧٪	١٣	٥٪	٥٣٣	٧٠,٥٠٪	٣٦٤,٠٣٦
٤	١٢٩	٥١٪	١٠٠	٤٠٪	٢٣	٩٪	٥٨١	٧٦,٨٥٪	٩٢,٥١٢
٥	٨٠	٣٢٪	١٠١	٤٠٪	٧١	٢٨٪	٥٣٤	٧٠,٦٣٪	٢,٣٩٣
٦	١٣٧	٥٤٪	٩٨	٣٩٪	١٧	٧٪	٥٨٥	٧٧,٣٨٪	١٢٠,٣٢١
٧	٢١٤	٨٥٪	٣١	١٢٪	٧	٣٪	٥٢٨	٦٩,٨٤٪	٤٧٢,٩٦٤
٨	١٢٧	٥٠٪	٩٠	٣٦٪	٣٥	١٤٪	٥٥٩	٧٣,٩٤٪	٧٢,٦٠٧
٩	١١٨	٤٧٪	٩٤	٣٧٪	٤٠	١٦٪	٥٥٨	٧٣,٨١٪	٥٠,٥٧١
١٠	١١١	٤٤٪	٧٩	٣١٪	٦٢	٢٥٪	٥٢١	٦٨,٩٢٪	٢٣,١١٩

محور (خدمات التحول الرقمي للجانب الإجتماعي والترفيهي)									
م	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١٠٤	٤١٪	٨٣	٣٣٪	٦٥	٢٦٪	٥٢٢	٦٩,٠٥٪	١٣,٨٢١
٢	١٢٩	٥١٪	١٠٠	٤٠٪	٢٣	٩٪	٥٨١	٧٦,٨٥٪	٩٢,٥١٢
٣	٩٣	٣٧٪	٩٦	٣٨٪	٦٣	٢٥٪	٥٣٧	٧١,٠٣٪	٧,١٧٩
٤	١٦٥	٦٦٪	٧٠	٢٨٪	١٧	٧٪	٥٥٧	٧٣,٦٨٪	٢٠٩,٦٥٥
٥	٢٠٦	٨٢٪	٤٢	١٧٪	٤	٢٪	٥٤٢	٧١,٦٩٪	٤٣٠,٥٧١
٦	١٢٣	٤٩٪	١٠٣	٤١٪	٢٦	١٠٪	٥٨١	٧٦,٨٥٪	٧٦,٢٦٢
٧	١١٨	٤٧٪	٨٩	٣٥٪	٤٥	١٨٪	٥٤٨	٧٢,٤٩٪	٤٥,٦٣١
٨	٢٠٣	٨١٪	٤٣	١٧٪	٦	٢٪	٥٤١	٧١,٥٦٪	٤٠٩,٥٩٥

***قيمة (كا٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٢) = (٥,٩٩)**

يتضح من جدول (١٢) أن قيمه كا٢ المحسوبة اكبر من قيمه كا٢ الجدولية عند مستوي معنوية ٠,٠٥ مما يدل علي أن هناك فروق داله إحصائيا عند مستوي معنوية ٠,٠٥ بين الاستجابات الثلاثة (نعم – إلي حد ما – لا)

مناقشة نتائج التساؤل الأول :

يتضح من جدول (١٢) والخاص بعبارات الاستبيان الأول **التحول الرقمي** محور "**واقع التحول الرقمي للنادي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٥٢ % : ٧٩%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٧% :

٤٢%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (٢ % : ٢٢ %) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (٦٨,٠٢٤ : ٣٩١,٠٧١) ، وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يدل على أن جميع عبارات الاستبيان الأول ذات دلالة إحصائياً.

وجاءت العبارات أرقام (١١ ،٦ ،١ ،٧ ،١٠) بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية وباقي العبارات بدرجة استجابة متوسطة مما يدل على تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب فيوضح ذلك أن تقنيات التحول الرقمي تساعد على حماية خصوصية بيانات الأعضاء ،وأن النادي يقدم خدماته بشكل إلكتروني وأن النادي ينشر لأعضاءه ماهية استراتيجية التحول الرقمي ،وأن النادي يعلن عن خدماته وأنشطته الرياضية المتاحة عبر منصاته الرقمية والحصول على بعضها دون ضرورة الذهاب لمقر النادي.

حيث تذكر **عزة عبدالرازق (٢٠١٠) (١٦)** أن التحول الرقمي يعد عاملاً أساسياً لتغيير المؤسسة لا لتغيير ماهو قائم ولكن لإتاحة مجال جديد ملئ بالإمكانيات التي تساعد على النجاح ،فالرقمنة ليست الإقتصار على أدوات تكنولوجية ولكن الإلتزام بالتفكير حول التحكم في الآليات.

ويشير **Licka & Gautschi (٢٠١٧) (٣٩)** أن التحول الرقمي أو مايطلق عليه بالرقمنة هو التحول التقني الذي يؤثر على كافة الأنشطة ويدعم الطرق والأساليب والفرص المستحدثة ومستحيل تجاهله.

وتوضح **سحر مصطفى** (٢٠١٩) (١٠) بأن التحول الرقمي هو عملية يتم من خلالها إنتقال المؤسسات إلى نماذج عمل تعتمد على التقنيات الرقمية لدعم وابتكار ما يتم تقديمه سابقاً من خدمات ،مع توفير منصات جديدة للتسويق الخدمات.

واتفقت نتائج **الدراسة** مع نتائج **دراسة Kristin; etc ٢٠١٩م (٣٥) فتوصلت إلى** أن التحول الرقمي يساعد على تحسين جدوى الإستثمارات وزيادة عملية الإنتاج وتحسين قيمة المنتجات.

و أظهرت نتائج دراسة **سلطان العسكر (٢٠٢١) (١١)** أن تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي والتحلي بالجرأة ومواكبة الركب ،هو نتاج لفهم مدى زيادة الإيرادات من تطبيق التحول الرقمي.

وأختلفت نتائج الدراسة مع دراسة ثابت غنام (٢٠٢٢) (٥) حيث أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسات المصرية تواجه العديد من التحديات التي تعوق عملية التحول الرقمي

بشكل متكامل ،كما أنه يحتاج لتحديث وتطوير البنية التحتية سواء في الأدوات والأجهزة المستخدمة أو شبكات الإتصال وباستمرار حتى تحد من إعاقة استمراره.

ويتضح من جدول (١٢) والخاص بعبارات الاستبيان الأول **التحول الرقمي** محور "**خدمات التحول الرقمي للجانب الإداري**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣١ % :٨٢%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٣ % : ٤٠ %)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (١ % : ٩ %) ،وأن قيمة كا^{2} المحسوبة تتراوح ما بين (٢,٣١ : ٤٢٣,٦٥٥) ، وهي أكبر من قيمة كا^{2} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يدل على أن جميع عبارات المحور الثاني ذات دلالة إحصائياً ، عدا العبارة رقم (٣) اتجاه استجابات العينة نحو إلى حد ما.

وجاءت العبارات جميعها بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية عدا العبارة رقم (٣) جاءت اتجاه استجابات العينة نحو "**إلى حد ما**" مما يدل على أن الجانب الإداري لخدمات الأعضاء يخضع لتطبيقات التحول الرقمي ،حيث يساعد ذلك شمول خدمات التحول الرقمي لجميع أفراد الأسرة ،والتقدم لعضوية النادي عن طريق المنصات الرقمية ثم الذهاب للنادي لإستكمال باقي الإجراءات البسيطة ،واتاحة خط ساخن لتلقي الشكاوى يوميا والتواصل مع الإدارة ،وتوفير كافة الخدمات الإدارية اليكترونياً مما يساعد على توفير الجهد والوقت للأعضاء.

حيث يذكر **رضا إبراهيم (٢٠١٢) (٧)** أن الإدارة الرقمية هي عملية ميكنة جميع مهام وأنشطة المؤسسة بالإعتماد على تكنولوجيا المعلومات ،لتحقيق أهداف الإدارة الجديدة في ظل تقليل استخام الورقيات ،وتبسيط إجراءات العمل الإداري ،والقضاء على الإدارة التقليدية والروتين ،والعمل على الإنجاز السريع لجميع المهام بهدف تحقيق مستوى متميز من الأداء الإداري.

ويشير Gregory Vial (٢٠١٩) (٣٢) إلى أن التحول الرقمي عملية تهدف إلى تحسين كيان عن طريق إحداث تغييرات مهمة في خصائصه من خلال مجموعة من المعلومات والحوسبة واتقنيات الإتصال.

وصدر تقرير عن وزارة التخطيط (٢٩) أن من أهداف التحول الرقمي التي يسعى لتحقيقها المساهمة في تسويق المنتجات والخدمات في جميع أنحاء العالم ،وتحسين الكفاءة التشغيلية وتنظيمها ،وتنامي المنافسة والإنتاجية والإبتكار ،وأيضا تحسين الجودة وتبسيط الإجراءات الإدارية للحصول على الخدمة المقدمة للمستفيدين ،وإيجاد فرص لتقديم خدمات مبتكرة وأبداعية بعيداً عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات.

واتفقت نتائج **الدراسة** مع نتائج **دراسة عمر عبداللطيف ٢٠٢١ م (١٧) فتوصلت إلى** أن التحول الرقمي يتتطلب إعادة الترتيب وإعادة التنظيم وإنشاء وظائف جديدة داخل المؤسسات ،كما أنه يحقق العديد من المزايا ومنها تقليل التكلفة والجهد ومواكبة التقدم التكنولوجي.

ويتضح من جدول (١٢) والخاص بعبارات الاستبيان الأول **التحول الرقمي** محور "**خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣٢ % :٨٥%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٢ % : ٤٠ %)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (٣ % : ٢٨ %) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (٢,٣٩٣ : ٤٧٢,٩٦٤) ، وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يدل على أن جميع عبارات المحور الثالث ذات دلالة إحصائياً ، عدا العبارة رقم (٥) اتجاه استجابات العينة نحو إلى حد ما.

وجاءت العبارات جميعها بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية عدا العبارة رقم (٥) جاءت اتجاه استجابات العينة نحو "**إلى حد ما**" مما يدل على أن خدمات الجانب الرياضي للأعضاء يخضع لتطبيقات التحول الرقمي ،حيث يساعد ذلك شمول خدمات التحول الرقمي لجميع الأنشطة الرياضية حيث يتيح عن طريق المنصات الرقمية خطوات الإشتراك بالأنشطة الرياضية ومواعيد التدريبات المختلفة وحجز مواعيد التدريبات كما تعرض أسماء المدربين والسيرة الذاتية لهم بمختلف الأنشطة الرياضية وتعرض فيديوهات عن التدريبات لإستقطاب العديد من المشتركين مما يساهم فيتذليل العقبات أمام الأعضاء من خلال توفير كل المعلومات والمواعيد والإشتراكات والدفع من خلال المنصات الإلكترونية للنادي.

حيث ورد **تقرير عن الهيئة الإتحادية للموارد البشرية (٢٠١٩) (٢٨)** أن الأندية الرياضية تحاول البحث عن معلومات جديدة لتلبية توقعات مشجعيهم بإمكانية الوصول إلى التفاصيل الحصرية التي تحدث حول اللعبة ،فقد طبقت بعض الأندية إتاحة طلب المشجعين للطعام وملابس النادي إلى مقاعدهم خلال المباراة ،فذلك يمكن النادي من ربح أكبر لبيع المنتجات.

ويضيف **Tim Strobel, etc (٢٠٢١) (٤٦)** أن التحول الرقمي في الرياضة يشمل عددة إتجاهات ومنها نماذج أعمال رقمية جديدة ،تحليل البيانات الضخمة في الرياضة ،تغيير الثقافة التنظيمية من خلال الرقمنة ،التفاعل بين الإنسان والآلة في الرياضة ،الإستراتيجية الرقمية لريادة الأعمال الرياضية ،اللوائح الحكومية والقانونية.

واتفقت نتائج **الدراسة** مع ما تم ذكره من **اتحاد الرياضة للجميع ٢٠٢٠ م (١)** عن مدى أهمية تطبيقات الهواتف الذكية في قطاع الرياضة مما يساعد على توفير الجهد المبذول من المؤسسات الرياضية في تقديم خدماتها للمستفيدين.

ويتضح أيضا من جدول (١٢) والخاص بعبارات الاستبيان الأول **التحول الرقمي** محور "**خدمات التحول الرقمي الإجتماعي والترفيهي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣٧ % :٨٢%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٧ % : ٤٠ %)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (٢ % : ٢٦ %) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (٧,١٧٩ : ٤٣٠,٥٧١) ، وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يدل على أن جميع عبارات المحور الرابع ذات دلالة إحصائياً.

وجاءت العبارات جميعها بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية مما يدل على أن خدمات الجانب الإجتماعي والترفيهي للأعضاء يخضع لتطبيقات التحول الرقمي ،حيث يساعد ذلك شمول خدمات التحول الرقمي لجميع الأنشطة الإجتماعية والترفيهية حيث توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي جروبات بوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخباره ، وتوفير شاشات عرض كبيرة تتجمع أمامها أسر النادي ،وتوفير أنشطة إجتماعية تجمع أفراد الأسرة ،ونشر مواعيد عبر المنصات الرقمية للنادي بمواعيد الأنشطة الإجتماعية والترفيهية ولا تغفل أيضا أنشطة للمرآة ،وأنشطة إجتماعية ساعدت على تكوين علاقات وأصدقاء جدد.

واتفقت نتائج **الدراسة** مع نتائج دراسة **نوال علي وآخرون ٢٠٢٠ م (٢٥)** ضرورة التعريف بالخدمات الإلكترونية المتاحة والترويج لها عن طريق استغلال المنصات الرقمية المختلفة كشبكات التواصل الإجتماعي لتزيد من قاعدة المستفيدين وتوسيع دائرة استخدامها.

واتفقت نتائج **الدراسة** أيضا مع ما ذكره **محمد عبدالحكيم ٢٠٢١ م (٢١)** أن التحول الرقمي يزيد من جماهيرية النادي ومتابعيه ،وتدعيم روح العمل الجماعي من خلال توافر الميزة الإجتماعية للتحول الرقمي بالنادي فلا بد أن يكون هناك تعاون وتضافر للجهود لتحقيق الميزة الإجتماعية وتقديم خدمات أفضل مما يؤدي إلى زيادة جماهيرية النادي.

ويعزو الباحث ذلك بأن مع ظهور التكنولوجيا الرقمية تغير العالم بشكل كبير ومستمر،وتبذل الدولة في السنوات الماضية العديد من الجهود لتوفير بنية تحتية تكنولوجية ،ودعم قطاع تكنولوجيا المعلومات في كافة المجالات ،وذلك لتوجه الدولة نحو التحول الرقمي

لمحاولة اللحاق بركب العالم المتقدم ،كما سعت معظم الأندية الرياضية إلى تغير نمط إداراتها وتقديم خدماتها من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية عن طريق التحول الرقمي وتطبيق استراتيجياته وأليات تنفيذه لتميزها وصدارتها مقدمة الأندية الرياضية وذلك بهدف تحسين خدماتها وتقديمها بطريقة أسهل وأسرع ،وتوفير الجهد والوقت كما فعلت أندية سيتي كلوب.

فيستخدم التحول الرقمي لتعزيز ثلاثة مجالات في المُنشآت والكيانات الرياضية ،أولها الهيكل التنظيمي فيمكن للتقنيات الجديدة والابتكارات الرقمية تغيير وتبسيط العمليات التجارية، وإحداث نقلة نوعية في جميع إدارات المنشأة ،وكثيرا ما تضطر الكيانات الرياضية إلى استحداث أدوارًا وإدارات جديدة تركز على الابتكار والتكنولوجيات الجديدة وعملية التحول الرقمي بشكل عام ، ثانيها الأداء حيث يؤثر التحول الرقمي أيضا على الأداء الرياضي حيث يوفر قدر أكبر بكثير من البيانات ويتم معالجتها بسرعة أكبر وأفضل، إلى تعزيز الأداء ،وأخيرا تعزيز وإعادة ابتكار تجارب المستفيدين فيمكن للتحول الرقمي أن يُحسّن من تجارب المعجبين، سواء في الملعب أو على المنصات الرقمية.

وهذا ما يجيب عن التساؤل الأول والذي ينص على:

" **ما مدى تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب ؟** "

ثانياً : عرض ومناقشة التساؤل الثاني:

وينص علي ما واقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ؟.

وللإجابة علي هذا التساؤل وجب علي الباحث التحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات الاستبيان.

جدول (١٣)التكرارت والنسبة المئوية والترجيح لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات الإستبيان ن = ٢٥٢

محور (جودة خدمات النادي)									
رقم العبارة	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١٨٦	٧٤٪	٥٧	٢٣٪	٩	٤٪	٥٥٢	٧٣,٠٢٪	٣١٤,٦٧٩
٢	١٢٧	٥٠٪	٨٢	٣٣٪	٤٣	١٧٪	٥٤٣	٧١,٨٣٪	٦٤,٠٣٦
٣	١٦٤	٦٥٪	٧٣	٢٩٪	١٥	٦٪	٥٦٢	٧٤,٣٤٪	٢٠٩,٠٦
٤	١٣٣	٥٣٪	٨١	٣٢٪	٣٨	١٥٪	٥٤٧	٧٢,٣٥٪	٨٢,٣٥٧
٥	١٠٠	٤٠٪	١١٣	٤٥٪	٣٩	١٦٪	٥٧٨	٧٦,٤٦٪	٣٠,٢٠٢
٦	١٧٦	٧٠٪	٦٢	٢٥٪	١٤	٦٪	٥٥٢	٧٣,٠٢٪	٢٥٩,٨٥٧
٧	١٣٢	٥٢٪	٩١	٣٦٪	٢٩	١٢٪	٥٦٦	٧٤,٨٧٪	٩٠,٨٦٩
٨	١٩٣	٧٧٪	٥٠	٢٠٪	٩	٤٪	٥٤٥	٧٢,٠٩٪	٣٤٩,٨٤٥
٩	٢١٤	٨٥٪	٣٣	١٣٪	٥	٢٪	٥٣٢	٧٠,٣٧٪	٤٧٦,٦٧٩
١٠	٩٣	٣٧٪	١٣٢	٥٢٪	٢٧	١١٪	٦٠٩	٨٠,٥٦٪	٤٠,٦٠٧
١١	٨٩	٣٥٪	١٠٣	٤١٪	٦٠	٢٤٪	٥٤٧	٧٢,٣٥٪	٧,٤٥٢
محور (الأبتكار والإبداع في تقدم خدمات النادي)									
	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	٩١	٣٦٪	١٠١	٤٠٪	٦٠	٢٤٪	٥٤٥	٧٢,٠٩٪	٨,٠٢٤
٢	٩٣	٣٧٪	٩٩	٣٩٪	٦٠	٢٤٪	٥٤٣	٧١,٨٣٪	٨,٧٨٦
٣	١٨٧	٧٤٪	٤٣	١٧٪	٢٢	٩٪	٥٢٥	٦٩,٤٤٪	٢٩٨,٣٥٧
٤	١٧٩	٧١٪	٦٢	٢٥٪	١١	٤٪	٥٥٥	٧٣,٤١٪	٢٧٨,٣٢١
٥	١٩٣	٧٧٪	٥٢	٢١٪	٧	٣٪	٥٤٩	٧٢,٦٢٪	٣٥٣,٤٦٤
٦	٢١٦	٨٦٪	٢٧	١١٪	٩	٤٪	٥٢٢	٦٩,٠٥٪	٤٨١,٨٢١
محور (تكلفة خدمات النادي)									
م	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١٨٣	٧٣٪	٤٧	١٩٪	٢٢	٩٪	٥٢٩	٦٩,٩٧٪	٢٧٩,١١٩

٢	٩٥	٣٨٪	١٠٣	٤١٪	٥٤	٢١٪	٥٥٣	٧٣,١٥٪	١٣,٥٩٥
٣	١٠٤	٤١٪	١١٠	٤٤٪	٣٨	١٥٪	٥٧٦	٧٦,١٩٪	٣٤,٧١٤
٤	٨٨	٣٥٪	٧٣	٢٩٪	٩١	٣٦٪	٤٨٦	٦٤,٢٩٪	٠,٩٦٤
٥	٢٢١	٨٨٪	٢٩	١٢٪	٢	١٪	٥٣١	٧٠,٢٤٪	٥٢٦,٩٢٩
٦	٢٠٠	٧٩٪	٤٣	١٧٪	٩	٤٪	٥٣٨	٧١,١٦٪	٣٨٧,٣٤٥
٧	٢٢٣	٨٩٪	١٤	٦٪	١٥	٦٪	٥٠٣	٦٦,٥٣٪	٥١٦,٧٠٢
٨	٢٢٩	٩١٪	١٨	٧٪	٥	٢٪	٥١٧	٦٨,٣٩٪	٥٧٤,٨٩٣
٩	١٧٦	٧٠٪	٦٥	٢٦٪	١١	٤٪	٥٥٨	٧٣,٨١٪	٢٦٤,٩٦٤
١٠	١٣٣	٥٣٪	١٠٠	٤٠٪	١٩	٨٪	٥٨٥	٧٧,٣٨٪	١٠٧,٤٦٤

محور (مرونة خدمات النادي)

م	نعم		إلي حداً ما		لا		المجموع التقديري	الوزن النسبي	كا٢
	ك	%	ك	%	ك	%			
١	١١١	٤٤٪	١١٠	٤٤٪	٣١	١٢٪	٥٨٣	٧٧,١٢٪	٥٠,٧٩٨
٢	١٢٩	٥١٪	٩٣	٣٧٪	٣٠	١٢٪	٥٦٧	٧٥,٠٠٪	٨٢,٩٢٩
٣	١٩٧	٧٨٪	٣٧	١٥٪	١٨	٧٪	٥٢٣	٦٩,١٨٪	٣٥٥,٨٨١
٤	٩٣	٣٧٪	١٠٦	٤٢٪	٥٣	٢١٪	٥٥٧	٧٣,٦٨٪	١٣,٣٦٩
٥	٩٩	٣٩٪	١٠٢	٤١٪	٥١	٢٠٪	٥٥٥	٧٣,٤١٪	١٨,٣٢١
٦	١٠٨	٤٣٪	١٠٠	٤٠٪	٤٤	١٨٪	٥٦٠	٧٤,٠٧٪	٣٢,٧٦٢

***قيمة (كا٢) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٢) = (٥,٩٩)**

يتضح من جدول (١٣) أن قيمه كا^{٢} المحسوبه اكبر من قيمه كا^{٢}الجدوليه عند مستوي معنويه ٠,٠٥ مما يدل علي ان هناك فروق داله احصائيا عند مستوي معنويه ٠,٠٥ بين الاستجابات الثلاثه (نعم – الي حد ما – لا).

مناقشة نتائج التساؤل الثاني :

يتضح من جدول (١٣) والخاص بعبارات الاستبيان الثاني **الميزة التنافسية** محور "**جودة خدمات النادي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣٥% : ٨٥%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٣% :٥٢%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (٤% : ٢٤%) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (٧,٤٥٢ : ٤٧٦,٦٧٩) ،وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ،مما يدل على أن جميع عبارات المحور الأول ذات دلالة إحصائياً.

وجاءت العبارات أرقام(٩ ،٨ ،١ ،٦ ،٣ ،٤ ،٧) بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية إلى متوسطة والعبارات رقم (١٠ ،١١ ،٥) جائت أقل من ٥٠ % من نسبة الأستجابات ،ويشير ذلك أن النادي يوفر خط ساخن لإستقبال شكاوى الأعضاء ،وأن النادي يقدم الخدمات بشكل أفضل وسعى النادي إلى توفير وإتاحة معظم خدماته إليكترونياً ،كما يوفر ملاعب وأدوات حديثة ،وتقديم الخدمات بطريقة سريعة وبوقت قياسي مقارنة بالأندية الآخرى.

يذكر **Krajewsky & Reitzman** ٢٠٠٥م (٣٤) أنه يتطلب لنجاح المنظمات وبقائها محاولة جادة من قبل الإدارات العليا للعمل على تحديد احتياجات العملاء ورغباتهم ،حيث يرغب العملاء بالخدمات والمنتجات التي تلبي حاجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم ،ولا تتمكن غالباً أي مؤسسة من النجاح والإستمرار لفترات طويلة وخصوصاً في حال وجود البديل المطابق لحاجات العملاء.

ويوضح **شارل هيل، جاريث جونز** ٢٠٠٨م (١٣) بأن السعر لم يعد المحرك الأول للمستهلك أو للعضو داخل الناد الرياضي ،فقد أصبحت القيمة التي يريد الحصول عليها هي الجودة والاهتمام الأول بالخدمات المقدمة له.

وتتفق **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **ogunkage ٢٠١٥ (٤٣)** بضرورة التركيز على تقديم خدمات ذات جودة عالية في القطاع المصرفي للحصول على سوقية أكبر وإرضاء وإشباع حاجات عملائها لتحقيق الميزة التنافسية.

و **نتيجة** دراسة **محمد سليمان ٢٠٢٠م (٢٠)** التي توصلت إلى أن الإدارة تهتم بجودة الخدمات المقدمة للأعضاء والمترددين على النادي.

كما يتضح أيضا من جدول (١٣) والخاص بعبارات الاستبيان الثاني **الميزة التنافسية** محور "**الإبتكار والإبداع في تقديم خدمات النادي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣٦% : ٨٦%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١١% :٤٠%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (٣% : ٢٤%) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (٧,٤٥٢ : ٤٧٦,٦٧٩) ،وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ،مما يدل على أن جميع عبارات المحور الأول ذات دلالة إحصائياً.

وجاءت العبارات أرقام(٤،٥،٣،٦) بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية والعبارات رقم (٢،١) جائت أقل من ٥٠ % من نسبة الأستجابات وجتءت بنسبة متوسطة في الاستجابة إلى حد ما

،ويشير ذلك أن النادي أضاف خدمات مبتكرة كتوفر خدمات الإستعلام والإستفسار وتقديم الشكاوى إليكترونيا من خلال التطبيقات والمنصات الرقمية لمواكبة التغيرات التكنولوجية الحديثة لتنمية قدراته ال'دارية في خدمة أعضائه.

حيث توضح **ألاء الدباس** ٢٠١٠م (٣) أن الإبداع والإبتكار هو أحد وأهم محاور الميزة التنافسية حيث يقصد بها جميع التغييرات التكنولوجية الجديدة اللازمة لسد احتياجات العملاء والتميز بالخدمات المقدمة من قبل المنظمة وسرعة في إخراج المنتجات الجديدة للعملاء وبالتالي الحصول على الميزة التنافسية.

ويذكر **Dirisu, et. al** ٢٠١٣م (٣٠) أن هناك العديد من الخصائص التي تتفرد بها الميزة التنافسية ،ومنها إتباع سياسة التغيير المستمر،الذي يسعى لتطوير المؤسسة، وتحسين الأداء فيها، وتعظيم أرباحها ، من أهم خصائصها أنها تراعي وتنتهج الابتكار في سياستها، وتسعى للتفرد في تقديم الخدمات والسلع للمستفيدين.

ويضيف **Naliaka & Namusonge** ٢٠١٥م (٤٢) أن الميزة التنافسية تعبر عن الأداة الأنسب حيث تهدف إلى اكتشاف طرق جديدة ومبتكرة ومستحدثة لإنتاج وتقديم السلع والخدمات بصورة أكثر فعالية من تلك التي يقدمها المنافسين ،حيث يكون بمقدورها تجسيد هذه الطرق والأساليب على أرض الواقع ،وإحداث عملية إبداع تتفوق على نظيراتها.

ويؤكد **Sachitra, et. al** ٢٠١٦م (٤٤) أن الابتكار هو الورقة الناجحة، والأرض الصلبة التي تقوم عليها الشركات في تطوير وتنمية أدائها وتحسينها ،فالابتكار والتكنولوجيا يلعبان دوراً جوهرياً في تسويق الإنتاج بصورة عصرية حديثة، ويخلقا قيمة مضافة للسلع والخدمات، كما يساهم كلاً منهما في تقليل تكلفة الإنتاج، وتمكين الشركة من تقديم سلع وخدمات متفردة، ومتميزة تضاهي نظيراتها، وتحقق لشركة ميزة تنافسية عالية في السوق.

وتتفق **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **زهرة بلفول** ٢٠١٥م(٩) يجب التوصل لإيجاد وإبتكار طرق جديد لإنتاج هذه الخدمة أو المنتج، وإيجاد طرق جديدة لإنتاج هذه الخدمة ،وإيجاد طرق جديدة لجذب المستهلكين إلى هذه الخدمة وخلق حالة ترابط دائمة بين النادي وأعضائه.

و مع دراسة **سمير سليمان** ٢٠٢٠م (١٢) أن الجامعة تتبنى كافة الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير العمليات فيها وتميزها في تقديم الخدمة.

و مع دراسة **محمد سند** ٢٠٢١م (١٩) أن النادي يحتل موقع جيد بين الأندية المنافسة له عن طريق الإستحواذ على حصة أكبر من السوق، وزيادة نسبة المبيعات، كما يسعي إلى كسب رضا وولاء الأعضاء، بشكل يجعل العضو أقل عرضة لقرصنة الأندية المنافسة له، وهو الأمر الذ يؤدي إلى تحسين صورة النادي وثباتها في سوق التنافس.

كما يتضح أيضا من جدول (١٣) والخاص بعبارات الاستبيان الثاني **الميزة التنافسية** محور "**تكلفة خدمات الناي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣٥% : ٩١%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٢% :٤٤%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (١% : ٣٦%) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (٠,٩٦٤: ٥٧٤,٨٩٣) ،وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يدل على أن جميع عبارات المحور الثاني ذات دلالة إحصائياً ، عدا العبارة رقم (٤) اتجاه استجابات العينة نحو لا.

وجاءت العبارات أرقام(٨،٧،٥،٩،١،٦) بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية ،ويشير ذلك أن إدارة النادي تقدم عروض على الإشتراكات بالأنشطة الرياضية كـ(خصم الأخوات – إشتراك ربع سنوي مخفض – الإشتراك بنصف القيمة – تقديم خصومات عند الإلتزام بمواعيد التجديد السنوية – تفعيل أقساط للسداد) فذلك ساعد أندية سيتي كلوب على تميزها بين الأندية المنافسة.

ويذكر **فائز البياتي** ٢٠١١م (١٨) أن يشكل التكلفة المنخفضة أو السعر المنخفض البعد التنافسي الرئيسي الذي تسعى المنظمات إليه ،فالمنظمة التي تعمل على تقليل التكاليف ونتيجة له يكون سعر البيع لديها منخفض سعياً للحصول على حصة سوقية أكبر، وينطوي بعد التكلفة على قدرة المنظمة على إنتاج وتسويق وتوزيع المنتجات أو الخدمات بأقل تكلفة مما ينتج عنه سعر نهائي منخفض للوحدة الواحدة يضاف إليه هامش ربح مناسب لتطلعات المنظمة على المدى القصير والطويل،إن التنافس على أساس التكلفة يتطلب من المنظمة العمل على تقليل معظم عناصر التكلفة كـ (تكاليف العمل، تكاليف المواد الأولية، التكاليف الإدارية والصناعية).

ويضيف,**Ware** ٢٠١٤م (٤٧) أن من أهم المؤثرات التي تدعم الميزة التنافسية وتحقيقها والوصول إلى مستويات تنافسية عالية تمكنها من مواجه التحديات هو وتحسين الإنتاجية ،وخفض التكلفة ،ودمج عمليات الأداء مع الإبداع والابتكار، الذي من شأنه أن يحقق للشركات جميع أهدافها التنافسية وحفظ مكانتها في السوق وضمان استمرارية أعمالها وتقدمها.

وتتفق **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **صفاء علي** ٢٠١٦م (١٤) على شركة أم تي أن أنها تسعى لخفض تكاليف الخدمات مع الحفاظ على جودة الخدمة.

كما يتضح أيضا من جدول (١٣) والخاص بعبارات الاستبيان الثاني **الميزة التنافسية** محور "**مرونة خدمات النادي**" أن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (نعم) تراوحت ما بين (٣٧% : ٧٨%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (الي حدما) تراوحت ما بين (١٥% :٤٤%)، وأن الوزن النسبي لإستجابة عينة البحث بـ (لا) تراوحت ما بين (٧% :

٢١%) ،وأن قيمة كا^{٢} المحسوبة تتراوح ما بين (١٣,٣٦٩: ٣٥٥,٨٨١) ،وهي أكبر من قيمة كا^{٢} الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يدل على أن جميع عبارات المحور الثاني ذات دلالة إحصائياً.

وجاءت العبارات أرقام(٢،٣) بالاستجابة (نعم) بدرجة عالية ، العبارات أرقام(٥،٤،١،٦) بالاستجابة (إلى حد ما) بدرجة منوسطة ،ويشير ذلك أن إدارة النادي تقدم مرونة في سياستها التقسيطية بدون فوائد والسهولة في زيارة النادي والرضا عند مقابلة مسئولي النادي.

وتصف **رغيد إسماعيل** ٢٠٠٩م (٨) المرونة بأنها احدى عناصر الميزة التنافسية للمنظمات من خلال الاستجابة السريعة والتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم حاجات العملاء، وبالتالي توفر حالة من التنوع في الخدمات والمنتجات.

ويشيرا **طاهر الغالبي ،وائل إدريس** ٢٠٠٩م (١٥) أن للميزة التنافسية عدداً من الخصائص من الضروري أن تتمتع بها ومنها أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة و يسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرات المنظمة من جهة أخرى.

وتختلف **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **أحمد جلال** ٢٠١٨م (٢) حيث توصلت نتائج الدراسة إلى ضعف الإهتمام بمعرفة رغبات العملاء واحتياجاتهم ،وعدم إبداء رأيهم في الخدمات والأنشطة.

وتتفق **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **أمين محمود** ٢٠٢٠م (٤) التي توصلت إلى أن النادي يركز على رغبات وحاجات الأعضاء ويقدم لهم خدمات متميزة ومتطورة تحاكي توقعاتهم وتفضيلاتهم لإجراء تحسينات على الخدمة المقدمة لأعضاءه.

ويعزو الباحث ذلك أن لتحقيق الميزة التنافسية قد تلجأ الأندية أو المؤسسات الرياضية إلى تنمية الأرباح من خلال خفض التكاليف وتحقيق الجودة واستغلال التكنولوجيا وإجراء التجارب المستمرة وتوفير الخدمات والمنتجات المتجددة التي تتماشى مع احتياجات الأعضاء، وفي لحظة ما سيدرك الأعضاء من يقدم له خدمات ومنتجات بشكل مختلف وتجعله يميل له دون منافسيه من الأندية الآخرى.

وهذا ما يجيب عن التساؤل الثاني والذي ينص على:

ما واقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ؟.

ثالثاً : عرض ومناقشة التساؤل الثالث:

وينص علي ما هي العلاقة بين التحول الرقمي والميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب؟.

وللإجابة علي هذا التساؤل وجب علي الباحث ايجاد مصفوفة الارتباط بين درجات أبعاد استبياني " **التحول الرقمي** " و " **الميزة التنافسية** " **بأندية سيتي كلوب.**

جدول (١٤)

معامل الارتباط بين محاور التحول الرقمي والميزة التنافسية قيد الدراسة

ن=٢٥٢

م	المحور	جوده خدمات النادي	الابتكار والابداع	تكلفه خدمات النادي	مرونه خدمات النادي	المجموع
١	واقع التحول الرقمي للنادي	٠,٨١٤	٠,٩٨٤	٠,٨٨١	٠,٩٨٧	٠,٧٨٩
٢	خدمات التحول الرقمي للجانب الاداري	٠,٨٦١	٠,٧٤٥	٠,٩٧٤	٠,٨٤١	٠,٨٩٧
٣	خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي	٠,٧١	٠,٩٥١	٠,٨٥٩	٠,٦٥٤	٠,٨١٤
٤	خدمات التحول الرقمي للجانب الاجتماعي والترفيهي	٠,٩٤٢	٠,٨٧٥	٠,٩٢١	٠,٨٧	٠,٧٩٤٢
٥	المجموع	٠,٧٤٤	٠,٧٩٤	٠,٧٩٨	٠,٦٩٩	٠,٨٩٩٩

***قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، درجة حرية (٢٥١) = (٠,٢٥٠)**

يتضح من جدول (١٤) أن قيم معامل الارتباط بين محاور التحول الرقمي ومحاور الميزة التنافسية داله إحصائيا عند مستوي معنوية ٠,٠٥ حيث كانت قيمه ر المحسوبة اكبر من قيمه ر الجدولية.

حيث توجد علاقة ارتباطية طردية قوية فيما بين التحول الرقمي و الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ،حيث يمكن القول إنه يمكن أن تختلف درجة التحول الرقمي وفقا لدرجة واقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ،فهذا يعنى أنه كلما ارتفعت درجة التحول الرقمي يكون هناك درجة ايجابية عالية في الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب.

وتتفق **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **ليث الربيعي ،ونهلة الناظر** ٢٠١٠م (٣٨) التي توصلت إلى أن تحقيق رضا المستهلك وضمان ولائهم في ظل سوق شديد التنافس لا يتحقق إلا من خلال تعظيم القيمة المقدمة من قبل النادي في المنتجات والخدمة بصفة مستمرة ودائمة.

واتفقت **نتيجة الدراسة** مع **نتيجة** دراسة **هاجر بوعزة ٢٠١٢م (٢٦)** فقد توصلت إلى أن معامل الإرتباط بين مجالي التسويق بالعلاقات والميزة التنافسية بلغت ٠,٧١ وهي قيمة دالة إحصائية تدل على ارتباط طردي بنسبة ٧٠ %.

و مع **نتيجة** دراسة **Marjaini A & Ali F** ٢٠١٤م (٤١) التي توصلت إلى أن الممارسات وتقنيات تكنولوجية المعلومات لها دور حاسم في بناء الميزة التنافسية.

و مع **نتيجة** دراسة **هبه كمال** ٢٠٢٤م (٢٧) التي توصلت إلى زيادة التأثير المعنوي للتحول الرقمي على الميزة التنافسية عند توسيط إدارة المواهب نتج عنها زيادة في التأثير الكلى للعلاقة وهذه الزيادة في التأثير كانت مصحوبة بدلالة إحصائية تؤكد معنوية العلاقة وبالتالي تتوسط إدارة المواهب في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الميزة التنافسية بشكل جزئى بالجامعة محل الدراسة.

ويعزو **الباحث** ذلك إلى عوامل نجاح التحول الرقمي للأندية الرياضية حيث يمكن للمؤسسات الرياضية تفعيل مبادرات التحول الرقمي لتحقيق أهدافها الإقتصادية ،ومنها إعداد ثقافة النادي للتغيير ،وتحديّد الأهداف التي تسعى لها بوضوح حيث لا يمكن البدء بتنفيذ التحول الرقمي ودمج التقنيات الرقمية دون تحديد أهداف واضحة ورؤية للنادي ،و اختيار المنصات الرقمية والتطبيقات الصحيحة لكي تنجح عملية التحول الرقمي بأي مؤسسة رياضية حيث يساعد ذلك على إمكانية الحصول على الميزة التنافسية من خلال التحول الرقمي ونظم المعلومات والنظم الإدارية التي تساعد على تنسيق الخدمات وسهولة الحصول عليها ،وتقديم الخدمات بوقت أقل وأسرع وأمان وخصوصية فيالمعلومات ،وساعد ذلك أيضا على قلة الإعتماد على العنصر البشري لتوحيد مستوى الخدمة وتقليل الأخطاء، والتطوير والإبداع من خلال سائل التحفيز لزيادة مستوى الخدمة.

وهذا ما يجيب عن التساؤل الثالث :

" ما هي العلاقة بين التحول الرقمي و الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب ؟. "

- **الاستنتاجات والتوصيات**

فى ضوء هداف البحث وتساؤله وفى ضوء عينة البحث ومن خلال أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات وما توصل إلية البحث من نتائج أمكن للباحث التوصل إلى استنتاجات البحث أثناء وبعد تطبيق الأستبيانين للأتي :

أولاً : الإستنتاجات الخاصة بمدى تطبيق التحول الرقمي بأندية سيتي كلوب ؟.

- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **واقع التحول الرقمي للنادي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** وتدل على أن تقنيات التحول الرقمي تساعد على حماية خصوصية بيانات الأعضاء ،وأن النادي يقدم خدماته بشكل إلكتروني.
- عدم وجود فروق داله إحصائياً في العبارة **رقم (٣)** بمحور **خدمات التحول الرقمي** بعدم إحتواء خدمات التحول الرقمي بالنادي على القواعد المنظمة لسلوك الأعضاء.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** حيث تتيح منصات التحول الرقمي بالنادي على خطوات وشروط الإشتراك ومواعيد التدريبات بالأكاديميات الرياضية بالنادي.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **خدمات التحول الرقمي للجانب الإجتماعي والترفيهي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** حيث تتضمن خدمات التحول الرقمي بالنادي أنشطة إجتماعية تجمع بين أفراد الأسرة ،وتتيح تكوين صداقات جديدة.

ثانياً : الإستنتاجات الخاصة بواقع الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب؟.

- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **جودة خدمات النادي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** حيث توفر إدارة النادي خط ساخن لإستقبال شكوى الأعضاء بأي وقت ،كما تسعى لتسهيل وإتاحة خدمات النادي إلكترونياً.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **الأبتكار والإبداع في تقدم خدمات النادي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** حيث توفر إدارة النادي خدمات الإستعلام والإستفسار وتلقي الشكاوى إلكترونياً ، وإتاحة التطبيقات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات دون الحضور للنادي.
- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **تكلفة خدمات النادي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** حيث تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بالأنشطة الرياضية بالنادي كـ (خصم الأخوات–إشتراك ربع سنوي مع تخفيض التكلفة–الإشتراك بنصف القيمة–تقسيط سداد العضوية).

- توجد فروق داله إحصائياً لمحور **مرونة خدمات النادي** بين عينة البحث في الإستجابات الثلاثة في الإتجاه **بنعم** حيث تسهل إدارة النادي في اشتراكاتها سياسة التقسيط بدون فائدة للأعضاء.

ثالثاً : الإستنتاجات الخاصة بالعلاقة بين التحول الرقمي و الميزة التنافسية بأندية سيتي كلوب؟.

- توجد علاقة ارتباطية طردية قوية فيما بين التحول الرقمي بمحاوره والميزة التنافسية بمحاوره بأندية سيتي كلوب.

ويتضمن هذا البحث التوصيات التى توصل إليها الباحث من خلال الدراسات النظرية وتحليل النتائج وكذلك الدراسات الميدانية التى قام بها الباحث كما يلي :

- الإهتمام بصقل وتدريب العاملين بالنادي على كيفية استخدام التكنولوجيا والمنصات الرقمية الحديثة والتطبيقات الإلكترونية.
- أخذ رأي الأعضاء واتاحة الفرصة لهم في تحديد شكل الخدمات التي يرغبون بها.
- العمل على توفير كافة الأجهزة الحديثة التي تدعم التحول الرقمي وتحديثها باستمرار.
- مراعاة السياسة التسعرية للأنشطة والخدمات المقدمة من النادي للأعضاء.
- العمل باستمرار على تحديث قاعدة بيانات شاملة ومتاحة لتسهيل حل المشكلات ،واتخاذ القرارات السريعة.
- استمرارية تقديم الخدمات للأعضاء بشكل احترافي وابداعي ،والإبتكار في تقديم الحلول المناسبة في حل المشكلات.

المراجع

أولا : المراجع العربية :

١. **اتحاد الرياضة للجميع** : رحلة التحول الرقمي في قطاع الرياضة عبر إطلاق الإصدار التجريبي من تطبيق الهواتف المحمولة ،المملكة العربية السعودية ،٢٠٢٠ م.

٢. **أحمد جلال سليم** : واقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالإتحاد المصري للسلاح ،مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية ،ع٥٢، ج٣ ،٢٠١٨م.

٣. **آلاء الدباس** : أثر قرارات الإنتاج في الميزة التنافسية ، دراسة حالة في شركة الحكمة للصناعات الدوائية، رسالة ماجستير غير منشور،جامعة البلقاء التطبيقية، عمان ،٢٠١٠م.

٤. **أمين محمود جعفر** : دور التوجيه الريادي في دعمالميزة التنافسية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ،المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ،كلية التربية الرياضية للبنين ،جامعة حلوان، ع٨٩ ،٢٠٢٠م.

٥. **أمين محمود جعفر** : دور التوجيه الريادي في دعم الميزة التنافسية بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ،المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ،كلية التربية الرياضية للبنين ،جامعة حلوان، ع٨٩ ،٢٠٢٠م.

٦. **ثابت غنام** : التحول الرقمي والتنمية المستدامة في مصر ٢٠٣٠ ،المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب ،مصر ،د ٦ ،٢٠٢٢م.

٧. **حيفان عبدالوهاب** : دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات، ط1 ، دار الأيام، الأردن ، ٢٠١٤م.

٨. **رضا إبراهيم المليجي** : إدارة التميز المؤسسي بين النظرية والتطبيق ،عالم الكتب ،القاهرة ،٢٠١٢ م.

٩. **رغيد إسماعيل**: العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية : دراسة ميدانية في مجموعة من الشركات الصناعية العراقية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة الموصل ،العراق ،٢٠٠٩م.

١٠. **زهرة بلفول** : المنتجات الجديدة ودورها في تعزيز الميزة التنافسية دراسة مقارنة بين مؤسسات الهاتف النقال " موبليس، جدازى، أووريددو"،كلية الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التيسير،جامعة محمد أبوضيل المسيلة، الجزائر ،٢٠١٥م.

١١. **سحر مصطفى عبدالرازق** : التحول الرقمى تحدى جديد لمهنة المحاسبة والمراجعة لدعم التنمية المستدامة، المؤتمر السنوى الرابع والعشرون لبحوث الأزمات بعنوان " إدارة التحول الرقمى لتطبيق رؤية مصر ٢٠٣٠ ،جامعة عين شمس ،القاهرة ،٢٠١٩م.

١٢. **سلطان العسكر** : التحول الرقمي بنادي الشارقة الرياضي ،الإمارات العربية المتحدة ،٢٠٢١م.

١٣. **سمير سلمان الجمل** : اليقظة الإستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظرالأكاديميين فيها ،مجلة دفاتر البحوث العلمية ،ع٢ ،د٨ ،فلسطين ،٢٠٢٠.

١٤. **شارل هيرل وجاريث جونز** : الإدارة الإسدتراتيجية مدخل متكامل ،ترجمة محمد أحمد سيد ،إسماعيل علي بسيوني ،دار المريخ ،الرياض ،السعودية ،٢٠٠٨م.

١٥. **صفاء علي محمود** : أثر الإدارة الإلكترونية على الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة أم تي إن للإتصالات الخرطوم ،رسالة ماجستير ،كلية العلوم ،جامعة أم درمان الإسلامية ،السودان ،٢٠١٦م.

١٦. **طاهر الغالبي ،وائل إدريس:** الإدا رة الإسترتيجية ،منظور منهجي متكامل، ط٢، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن ،٢٠٠٩م.

١٧. **عزة عبدالرازق** : إدارة المعرفة في المؤسسات الجامعية ،المؤتمر العلمي الثاني عشر بعنوان حال المعرفة التربوية المعاصرة ،المجلد الأول ،كلية التربية ،جامعة طنطا ،القاهرة ،٢٠١٠م.

١٨. **عمر عبداللطيف** : التحول الرقمي للحكومة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة– مصر نموذجاً ،مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية ،م٢ ،د٣ ،٢٠٢١ م.

١٩. **فائز البياتي** : أثر استراتيجية التمايز في تحقيق الميزة التنافسية ،دراسة استطلاعية مقارنة بين شركات خدمات الصيانة،مجلة علوم إنسانية ،د٨ ،ج١٤ ،٢٠١١م.

٢٠. **محمد أحمد سند** : أبعاد التسويق بالعلاقات وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية لبعض أندية الدوري المصري الممتاز لكرة القدم ،المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة ،ج٤٣ ،د١ ،جامعة حلوان، ،٢٠٢١.

٢١. **محمد سليمان محمد** : تطبيق أسلوب سيجما كأداة لتحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية الأهلية ،مجلة علوم وفنون الرياضة ،كلية التربية الرياضية للبنات ،جامعة حلوان ،ع٤٦ ،ج ٤٦ ،٢٠٢٠م.

٢٢. **محمد عبدالحكيم صيام** : دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية بالأندية الرياضية ،المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ،د٩٣، ج٢ ، جامعة الأسكندرية ، ٢٠٢١م.

٢٣. **محمد علي حسن شعلان** : حوكمة التحول الرقمي في الرؤية السعودية ٢٠٣٠(١ ،)مجلة المهندسين، تصدر عن الهيئة السعودية للمهندسين، العدد ٩٩ ، ٢٠١٧م.

٢٤. **مصطفى أبوبكر** : الموارد البشرية ،مدخل لتحقيق الميزة التنافسية ،مكتبة كلية التجارة ،القاهرة ٢٠١٧م.

٢٥. **معهد التخطيط القومي** : التداعيات المحتملة لأزمة كرونا عمى الإقتصاد المصري لإصدار رقم (٩) البنية التحتية والتحول الرقمي وأدواره المستقبلية في التعليم في ظل جائحة كرونا، مايو ٢٠٢٠.

٢٦. **نوال على البلوشية ،نبهان حارث الحراصي ،على سيف العوضي** : واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية ، انتاج علمي ، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا ،جمعية المكتبات المتخصصة ، فرع الخليج العربي ، جامعة السلطان قابوس ،عمان ،٢٠٢٠ م

٢٧. **هاجر بوعزة ٢٠١٢**: أثر التسويق في تحقيق الميزة التنافسدية " دراسة حالة اتصالات الجزائرية فرع ورقلة" رسالة ماجستير ،كلية العلدوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر ،٢٠١٢م.

٢٨. **هبه كمال القصبي** : تأثير التحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية : الدور الوسيط لإدارة المواهب بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة ، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية ،كلية التجارة ،جامعة دمياط، ع١ ،م٥ ،٢٠٢٤م.

٢٩. **الهيئة الإتحادية للموارد البشرية** : الثورة الصناعية الرابعة – الذكاء الإصطناعي والحاجة لليد العاملة ،تقرير حكومي ،الإمارات العربية المتحدة ،٢٠١٩ م.

٣٠. **وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري** : تقرير حول الموقف التنفيذي لمنظومة التحول الرقمي ،مصر ،٢٠١٩م.

ثانياً : المراجع الأجنبية:

31. **Dirisu**, **J.I.**, **Iyiola**, **O.**, **& Ibidunni**, **O.S** : Product Differentiation: A Tool of Competitive Advantage and Optimal

Organizational Performance (A Study of Unilever Nigeria PLC). European Scientific Journal (ESJ), 9(34): 2013.

32. **Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D.& Welch, M:** Embracing digital technology: new strategic imperative. Global executive study and research project. MIT Sloan Manag. Review. 55 (2), 2013.
33. **Gregory Vial** : Understanding digital transformation: A review and a research agenda, Journal of Strategic Information Systems, Vol. 28, 2019.
34. **International Telecommunication Federation:** "Accelerating Digital Transformation in Difficult Times", Geneva, Switzerland, 2021.
35. **Krajewsky, Lee, J. and Ritzman. Larry, P** : Operations Management", 7th ed, Prentice Hall: New Jersey, 2005.
36. **Kristin, etc.:** "Barriers to digital transformation in manufacturing: development of research agenda", proceedings of the 25nd Hawaii international conference on system sciences, Jan2019.
37. **Kumar, B.** : Digital Revolution in The Mauritian Public Service. A Human Resource ,2016.
38. **Labanauskaitėa, D. Fioreb, M. and Stašysa, R.** : Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. Tourism Management Perspectives Volume 34, April, Research in Interdisciplinary Studies Vol. 3, Issue (5), 2020.
39. **Laith Alrubaiee & Nahla AlNazer** : Investigate the Impact of Relationship Marketing Orientation on Customer Loyalty: The Customer's Perspective, International Journal of Marketing Studies, 2010.
40. **Licka,P &Gautschi,P:**Survey the digital future of higher education –what does it look like and how can it be shaped?.berinfor,Germany ,2017.

41. **Macmillan & Mahen**: Strategic management process, content, implementation, Oxford press, 2009.

42. **Marjaini A.B& Ali Zadeh** : The impact of empowerment andcustomers satisfaction in Nigeria, Australian journal of Business and management research،2014.

43. **Naliaka, V.W., & Namusonge, G.S.** : Role of Inventory Management on Competitive Advantage among Manufacturing Firms in Kenya: A Case Study of UNGA Group Limited. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 5(5): 2015.

44. **Ogankaya, Banjo**: Dynamic capabilities and competitive advantage an analysis of the Nigeria Banking sector, The journal of Accounting and management ,2015.

45. **Sachitra, V., Chong, S.C., & Khin, A.A:** Sources of Competitive Advantage Measurement in the Minor Export Crop Sector in Sri Lanka Result from Pilot Study. Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology, 12(2) ,2016.

46. **Tarigan,Z.J.H , Siagian, H &Jie,F**: The Role of Top management commitment to enhancing the competitive advantage through ERP integration and purchasing strategy. International journal of enterprise information systems, 16(1), 2020.

47. **Tim Strobel, etc.**: "Digital transformation in sport: The disruptive potential of digitalization for sport management research, Sport, Business and Management, 2021.

48. **Ware, E. :** Investigate the Benefit Practice of Total Quality Management as Competitive Advantage in Corporate Institution: A Case Study of Cocoa-Cola Bottling Company Ghana Ltd. Research Journal of Finance and Accounting, 5(23) ,2014.

ثالثاً : شبكة المعلومات الدولية:

49. **https://www.rmg-sa.com/**

50. **https://fastercapital.com/arabpreneur/.html**

كليـــة التربيـــة الرياضيـــة
قسم الإدارة الرياضية والترويح

مرفق (١)

أسمـــاء الســـادة الخبـــراء

م	الاسم	الوظيفة
١	أ.د/ إيناس محمد غانم	أستاذ ورئيس قسم الترويح والتنظيم والإدارة بكلية التربية الرياضية بنات – جامعة الزقازيق .
٢	أ.د/ أيمن علي الشاعر	أستاذ الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنين – جامعة الزقازيق .
٣	أ.د/ دينا محمود حفني	أستاذ ورئيس قسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنات – جامعة حلوان.
٤	أ.د/ كريم محمد الحكيم	أستاذ ورئيس قسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية – جامعة المنصورة.
٥	أ.د/ نبيل خليل ندا	أستاذ الإدارة الرياضية المتفرغ بكلية التربية الرياضية _ جامعة بنها .

كليـــة التربيـــة الرياضيـــة
قسم الإدارة الرياضية والترويح

مرفق (٢)

استمارة استطلاع رأي السادة الخبراء حول تحديد المحاور و العبارات الخاصة بإستبيان التحول الرقمي في صورتها الأولية

السيد الأستاذ الدكتور/..... الدرجة العلمية/.....

الوظيفة الحالية / .....

تحية طيبة وبعد ،،،،

يقوم الباحث / **أحمد محمد عبد الفتاح محمد** مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية والترويح بكلية التربية الرياضية – جامعة بنها – بإعداد بحث وموضـوعه " **التحـول الرقمـي وعلاقتـه بالميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب بجمهورية مصر العربية** " لذا يتشرف الباحث بإستطلاع رأى سيادتكم فى بناء هذا الاستبيان.

ويأمل الباحث من سيادتكم التفضل بمساعدته في استكمال خطوات وإجراءات بناء الإستبيان من حيث :

١- مدى سلامة صياغة العبارات المقترحة .

٢- مدى مناسبة العبارات بكل محور .

٣- مدى إرتباط كل عبارة بالمحور نفسه (انتماء العبارة للمحور) .

٤- حذف أو تعديل أو إضافة عبارات أخرى .

والباحث يسجل لسيادتكم احترامه وتقديره لجهدكم لإثراء هذا البحث العلمي .

ويشمل الإستبيان أربعة محاور وهم :

م	المحـــــاور	مناسب	غير مناسب
١	واقع التحول الرقمي للنادي		
التعديل المقترح			
٢	خدمات التحول الرقمي للجانب الإداري		
التعديل المقترح			
٣	خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي		
التعديل المقترح			
٤	خدمات التحول الرقمي للجانب الإجتماعي والترفيهي		

م	المحور الأول : واقع التحول الرقمي للنادي	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تسمع عن استراتيجية التحول الرقمي للنادي.					
٢	ترى أن إدارة النادي توظف متخصصين بمجال التحول الرقمي .					
٣	تعريف النادي (هو أول نادي سمارت في مصر) يعتبر الوصف مختصر وواضح لك.					
٤	تعريف النادي (هو أول نادي سمارت في مصر) ترى أن الوصف واقعي بالنسبة للخدمات المقدمة لك.					
٥	تعريف النادي (هو أول نادي سمارت في مصر) يتطابق التعريف مع ما طمحت به عند انتسابك له.					
٦	آلية خدمات النادي (أن يقدم خدماته بشكل الكتروني ،ويمكن أعضاءه من الحصول على خدماته عبر الموقع والتطبيق) يوجد لدى النادي موقع رسمي الكتروني.					
٧	آلية خدمات النادي (أن يقدم خدماته بشكل الكتروني ،ويمكن أعضاءه من الحصول على خدماته عبر الموقع والتطبيق) يوفر لك النادي تطبيق هاتفي للحصول على خدماتك بسهولة.					
٨	آلية خدمات النادي (أن يقدم خدماته بشكل الكتروني ،ويمكن أعضاءه من الحصول على خدماته عبر الموقع والتطبيق) تحصل على خدماتك من خلال الموقع الرسمي أو التطبيق.					
٩	يعلن النادي عبر قنواته الرقمية عن الخدمات المتاحة والأنشطة الرياضية واجراءات الحصول عليها باستمرار.					
١٠	ترى أن التحول الرقمي للنادي يتميز بالسرعة في تقديم الخدمات لك.					
١١	يساعدك التحول الرقمي للنادي بالحصول على الخدمات بسهولة.					
١٢	يوفر لك التحول الرقمي أحياناً الحصول على الخدمات دون الذهاب للنادي.					
١٣	يوفر لك التحول الرقمي للنادي خصوصية وحماية لبياناتك من السرقة.					
١٤	تتميز الخدمات المقدمة لك بطابع التحول الرقمي.					

م	المحور الثاني :خدمات التحول الرقمي للجانب الإداري	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تشمل خدمات التحول الرقمي بالنادي جميع أفراد أسرتك.					
٢	تحتوي خدمات التحول الرقمي بالنادي على التقدم لعضوية النادي.					
٣	تحتوي خدمات التحول الرقمي بالنادي على القواعد المنظمة لسلوك الأعضاء بالنادي.					
٤	يساهم التحول الرقمي للنادي في تحسين وتطوير أداء الخدمات التي يقدمها لك.					
٥	تقدم خدمات التحول الرقمي بالنادي خط ساخن لتلقى الشكاوى يومياً.					
٦	ترى أن التحول الرقمي للخدمات الإدارية بالنادي تميزه عن باقي الأندية المنافسة له.					
٧	يساعد التحول الرقمي للخدمات الإدارية بالنادي على توفير وقتك ومجهودك.					
٨	يوفر التحول الرقمي بالنادي الخدمات الإدارية لك على مدار اليوم.					
٩	يتيح التحول الرقمي بالنادي لك متابعة خدماته وأنشطته عبر منصاته الرقمية.					
١٠	يسهل التحول الرقمي بالنادي الحصول على أي بيانات تخصك وتخص أسرتك.					

م	المحور الثالث : خدمات التحول الرقمي للجانب الرياضي	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تحتوي المنصات الرقمية للنادي على خطوات الإشتراك بالأنشطة الرياضية.					
٢	تتيح المنصات الرقمية للنادي مواعيد التدريبات للأكاديميات الرياضية.					
٣	تحتوي المنصات الرقمية للنادي على دفع رسوم الإشتراك بالأنشطة الرياضية.					
٤	تتيح المنصات الرقمية للنادي حجز المواعيد المناسبة لتدريبات للأكاديميات الرياضية.					
٥	تنشر المنصات الرقمية للنادي مواعيد بث المباريات الرياضية الهامة.					

٦	تحتوي المنصات الرقمية للنادي على فيديوهات لتدريبات الأنشطة الرياضية.					
٧	تعرض المنصات الرقمية للنادي المتميزين وأبطال النادي بالأنشطة الرياضية.					
٨	تعرض المنصات الرقمية للنادي أسماء المدربين وسيرة ذاتية عنهم.					
٩	تشمل خدمات التحول الرقمي بالنادي ملاعب وأجهزة رقمية حديثة.					
١٠	ترى أن المنصات الرقمية للنادي ساعدت على زيادة أفرع الأكاديميات.					
١١	تسوق المنصات الرقمية للنادي أنشطة رياضية غير موجودة بالنادي.					

م	المحور الرابع : خدمات التحول الرقمي للجانب الإجتماعي والترفيهي	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تتيح لك خدمات التحول الرقمي بالنادي التعرف على أصدقاء جدد.					
٢	ترى أن خدمات التحول الرقمي بالنادي ساعدت على زيادة أعضاءه.					
٣	توفر لك خدمات التحول الرقمي بالنادي ألعاب الكترونية ترفيهية.					
٤	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي أنشطة إجتماعية تجمع بين أفراد الأسرة.					
٥	توفر لك إدارة النادي جروبات بوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخباره.					
٦	تمكنك خدمات التحول الرقمي بالنادي من حضور ندوات واجتماعات بمختلف المجالات					
٧	تساعدك خدمات التحول الرقمي بالنادي على تكوين صداقات جديدة.					
٨	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي برنامج بمواعيد الأنشطة الإجتماعية والترفيهية.					
٩	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي أنشطة إجتماعية تخص المرآة.					
١٠	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي شاشات عرض كبيرة تتجمع مع أسرتك أمامها.					
١١	تساعدك خدمات التحول الرقمي بالنادي على الإشتراك بالأنشطة الإجتماعية والترفيهية.					

عبارات أخرى ترون سيادتكم أهمية إضافتها .	
١	
٢	
٣	
٤	
٥	
٦	
٧	
٨	
٩	
١٠	
١١	
١٢	
١٣	
١٤	

والباحث يتوجه لسيادتكم بخالص الشكر والتقدير لتعاونكم لإثراء البحث العلمي .

الباحـــث

كليـة التربيـة الرياضيـة
قسم الإدارة الرياضية والترويح

مرفق (٣)

استمارة استطلاع رأي السادة الخبراء حول تحديد المحاور و العبارات الخاصة بإستبيان الميزة التنافسية في صورتها الأولية

السيد الأستاذ الدكتور/..... الدرجة العلمية/.....

الوظيفة الحالية / .....

تحية طيبة وبعد ،،،،

يقوم الباحث / **أحمد محمد عبد الفتاح محمد** مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية والترويح بكلية التربية الرياضية – جامعة بنها بإعداد بحث وموضوعه " **التحول الرقمي وعلاقته بالميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب بجمهورية مصر العربية** " لذا يتشرف الباحث بإستطلاع رأى سيادتكم فى بناء هذا الاستبيان.

ويأمل الباحث من سيادتكم التفضل بمساعدته في استكمال خطوات وإجراءات بناء الإستبيان من حيث :

١- مدى سلامة صياغة العبارات المقترحة .

٢- مدى مناسبة العبارات بكل محور .

٣- مدى إرتباط كل عبارة بالمحور نفسه (انتماء العبارة للمحور) .

٤- حذف أو تعديل أو إضافة عبارات أخرى .

الميزة التنافسية لأندية سيتي كلوب:

محاولة إدارة أندية سيتي كلوب لتمييز فروعها ولتنمية الأرباح من خلال خفض التكاليف وتحقيق الجودة واستغلال التكنولوجيا ومواكبة التجارب المستمرة وتوفير الخدمات المتجددة التي تتماشى مع احتياجات الأعضاء ،وتقديم الخدمات بشكل مختلف وتجعل الأفراد تفتخر بالأنتساب له دون منافسيه من الأندية الآخرى وذلك في ضوء التحول الرقمي والتكنولوجيا.

والباحث يسجل لسيادتكم احترامه وتقديره لجهدكم لإثراء هذا البحث العلمي .

الباحث

---

* **تعريف إجرائى .**

ويشمل الإستبيان أربعة محاور وهم :

م	المحـــــاور	التعريف	مناسب	غير مناسب
١	**جودة خدمات النادي**	هى تحقيق النـادي لخدمات ذات خصائص ومواصفات عالية بالمفاضلة بين السعر والجودة ،وبما يتماشى مع توقعات أعضائه.		
التعديل المقترح				
٢	**الأبتكار والإبداع في تقدم خدمات النادي**	هو التفكير بشكل مختلف من خلال التوصل إلى أفكار متطورة تعمل على تلبية احتياجات ورغبات الأعضاء، وتجعل النـادي متفرد عن غيره من المنافسين.		
التعديل المقترح				
٣	**تكلفة خدمات النادي**	هي إمكانية النـادي فى تقديم أفضل الخدمات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمنافسين ،ومن خلال تحسين الكفاءة وقلة هدر الموارد وإنشاء جهاز رقابي داخل النادي من أجل تلبية احتياجات الأعضاء.		
التعديل المقترح				
٤	**مرونة خدمات النادي**	هى تيسير خدمات النـادي للأعضاء بسهولة ،وإستخدام أساليب إدارية حديثة ذات تقنيات تكنولوجية تُمكن الأعضاء من الحصول على خدماتهم بأماكنهم دون التزامهم بالحضور للنادي وبأي وقت.		
التعديل المقترح				

م	**المحور الأول : جودة خدمات النادي**	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تسعى إدارة النادي لتسهيل واتاحة خدمات النادي لك إلكترونياً.					
تعديل صياغة العبارة						
٢	تقدم إدارة النادي كافة الإمكانات المادية والبشرية المتاحة لتقديم الخدمات لك.					
تعديل صياغة العبارة						
٣	تسعي إدارة النادي إلى توسيع قاعدة الخدمات المقدمة لك.					
تعديل صياغة العبارة						
٤	ينجز موظفي النـادي الخدمات المقدمة لـك فـي وقت قياسي ،ومن أول مرة مقارنة بتجاربك السابقة مع أندية أخرى.					
تعديل صياغة العبارة						
٥	تكرم إدارة النادي المتميزين من الأعضاء في كافة الأنشطة بالهدايا المجانية.					
تعديل صياغة العبارة						
٦	تسعى إدارة النادي بشكل دائم لتطبيق التقنيات الحديثة في تقديم الخدمات لك.					
تعديل صياغة العبارة						
٧	يمتلك النادي ملاعب مجهزة وأدوات رياضية ومرافق حديثة وجذابة مقارنة بأندية أخرى.					
تعديل صياغة العبارة						
٨	تلبي إدارة النادي احتياجاتك الخدمية وجذب ثقتك وثقة جميع الأعضاء.					
تعديل صياغة العبارة						
٩	ترى أن جودة الخدمات المقدمة لك من إدارة النـادي هو سبب انتسابك لـه مقارنة					

	بالأندية المنافسة الآخرى.					
تعديل صياغة العبارة						
١٠	توفر إدارة النادي خط ساخن لإستقبال شكواك بأي وقت.					
تعديل صياغة العبارة						
١١	تساعد سرعة إدارة النادي في تقديم الخدمات لك على توفير وقتك ومجهودك.					
تعديل صياغة العبارة						
١٢	توفر إدارة النادي خدمات الإشتراكات بالأنشطة الرياضية لك على مدار اليوم.					
تعديل صياغة العبارة						
١٣	تعلن لك إدارة النادي لائحة بضوابط سلوك الأعضاء بالنادي.					
تعديل صياغة العبارة						

م	المحور الثاني : الأبتكار والإبداع في تقدم خدمات النادي	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	توظف إدارة النادي موظفين يمتلكون القدرة على إبتكار أفكار جديدة لتسهيل الخدمات المقدمة للأعضاء.					
تعديل صياغة العبارة						
٢	تستعين إدارة النادي بتجارب الأندية العالمية أو المنافسة للإستفادة منها في تطوير خدماتها للأعضاء.					
تعديل صياغة العبارة						
٣	تسعي إدارة النادي إلى تقديم وخلق خدمات جديدة لك باستمرار.					
تعديل صياغة العبارة						
٤	ترى حرص إدارة النادي على مواكبة التغييرات التكنولوجية والإدارية وتنمية قدراتها الإدارية في تقديم خدماتها لك.					
تعديل صياغة العبارة						
٥	تستخدم إدارة النادي التطبيقات الرقمية الحديثة في تقديم خدماته لك دون الحضور للنادي.					
تعديل صياغة العبارة						
٦	توفر إدارة النادي خدمات الإستعلام والإستفسار وتلقي شكاويك إلكترونياً.					
تعديل صياغة العبارة						

م	المحور الثالث : تكلفة خدمات النادي	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تحرص إدارة النادي على تقديم أفضل الخدمات بكفاءة عالية وبأقل تكلفة.					
تعديل صياغة العبارة						
٢	تتوافق تكلفة الخدمات المقدمة من قبل النادي مع ظروفك المعيشية.					
تعديل صياغة العبارة						
٣	يقدم النادي الخدمات والإشتراكات بتكلفة أفضل مقارنة بالأندية الآخرى.					
تعديل صياغة العبارة						
٤	تهتم إدارة النادي بتقييم سياستها التسعيرية للإشتراكات من حين لآخر.					
تعديل صياغة العبارة						
٥	تقدم إدارة النادي لك في اشتراكاتها سياسة التقسيط لتتناسب مع قدراتك المادية.					
تعديل صياغة العبارة						
٦	تسهل إدارة النادي لك دفع أقساط على مدة طويلة تتناسب مع امكانياتك المادية.					
تعديل صياغة العبارة						
٧	تصدق إدارة النادي في تقديم خصومات مالية عند التزامك بمواعيد التجديدات السنوية.					

	تعديل صياغة العبارة					
٨	تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بالأنشطة الرياضية بالنادي كخصم الأخوات.					
	تعديل صياغة العبارة					
٩	تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بأنشطة النادي كاشتراك ربع سنوي.					
	تعديل صياغة العبارة					
١٠	تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بأنشطة النادي كاشتراك بنصف القيمة.					
	تعديل صياغة العبارة					

م	المحور الرابع : مرونة خدمات النادي	مدى مناسبة العبارة			مدى إرتباط العبارة بالبعد	
		مناسبة	غير مناسبة	أرى التعديل	مرتبطة	غير مرتبطة
١	تجد سهولة في الحصول على موعد زيارة للنادي.					
	تعديل صياغة العبارة					
٢	تشعر بالرضا عند استقبال مسؤولي النادي أثناء زيارتك.					
	تعديل صياغة العبارة					
٣	تسهل إدارة النادي لك في اشتراكاتها سياسة التقسيط بدون فائدة.					
	تعديل صياغة العبارة					
٤	توفر إدارة النادي لك التواصل معها بصفة مستمرة دون قيود.					
	تعديل صياغة العبارة					
٥	تسعى إدارة النادي بتقديم التسهيلات وتذليل الصعوبات في تقديم الخدمات لك.					
	تعديل صياغة العبارة					

عبارات أخرى ترون سيادتكم أهمية إضافتها .	
١	
٢	
٣	
٤	
٥	
٦	
٧	
٨	
٩	
١٠	
١١	
١٢	
١٣	

والباحث يتوجه لسيادتكم بخالص الشكر والتقدير لتعاونكم لإثراء البحث العلمي .

الباحـــث

كليـة التربيـة الرياضيـة
قسم الإدارة الرياضية والترويح

مرفق (٤)
إستبيان التحول الرقمي في صورته النهائية

- **البيانات الشخصية**

□ **الاسم (اختياري):** ..... **السن :** .....

□ **النوع :** ..... **المؤهل :** .....

المطلوب منك وضع علامة (✓) أمام كل عبارة فى الخانة التى تعبر عن رأيك بدرجة كبيرة كما فى المثال التالى :

م	العبـــــــــارات	نعم	إلي حد ما	لا
١	ـــــــــــــــــــــــــــ .	✓		
٢	ـــــــــــــــــــــــــــ .		✓	
٣	ـــــــــــــــــــــــــــ .			✓

<u>علما بأنه لا توجد إجابات خاطئة أو صحيحة ويرجاء التكرم بالإجابة على كل العبارات بصدق حتى يمكننا الاستفادة من رأيك فى خدمة البحث العلمي بشكل عام والمجال الرياضي بشكل خاص.</u>

م	العبارات	نعم	إلى حد ما	لا
١	تسمع عن استراتيجية التحول الرقمي للنادي.			
٢	ترى أن إدارة النادي توظف متخصصين بمجال التحول الرقمي .			
٣	تعريف النادي (هو أول نادي سمارت في مصر) ترى أن الوصف واقعي بالنسبة للخدمات المقدمة لك.			
٤	تعريف النادي (هو أول نادي سمارت في مصر) يتطابق التعريف مع ما طمحت به عند انتسابك له.			
٥	آلية خدمات النادي (أن يقدم خدماته بشكل الكتروني ،ويمكن أعضاءه من الحصول على خدماته عبر الموقع والتطبيق) يوجد لدى النادي موقع رسمي الكتروني.			
٦	آلية خدمات النادي (أن يقدم خدماته بشكل الكتروني ،ويمكن أعضاءه من الحصول على خدماته عبر الموقع والتطبيق) يوفر لك النادي تطبيق هاتفي للحصول على خدماتك بسهولة.			
٧	يعلن النادي عبر قنواته الرقمية عن الخدمات المتاحة والأنشطة الرياضية واجراءات الحصول عليها باستمرار.			
٨	ترى أن التحول الرقمي للنادي يتميز بالسرعة في تقديم الخدمات لك.			

م	العبارات	نعم	إلى حد ما	لا
٩	يساعدك التحول الرقمي للنادي بالحصول على الخدمات بسهولة.			
١٠	يوفر لك التحول الرقمي للنادي أحياناً الحصول على الخدمات دون الذهاب للنادي.			
١١	يوفر لك التحول الرقمي للنادي خصوصية وحماية لبياناتك من السرقة.			
١٢	تشمل خدمات التحول الرقمي بالنادي جميع أفراد أسرتك.			
١٣	تحتوي خدمات التحول الرقمي بالنادي على التقدم لعضوية النادي.			
١٤	تحتوي خدمات التحول الرقمي بالنادي على القواعد المنظمة لسلوك الأعضاء بالنادي.			
١٥	يساهم التحول الرقمي للنادي في تحسين وتطوير أداء الخدمات التي يقدمها لك.			
١٦	تقدم خدمات التحول الرقمي بالنادي خط ساخن لتلقى الشكاوى يومياً.			
١٧	ترى أن التحول الرقمي للخدمات الإدارية بالنادي يميزه عن باقي الأندية المنافسة له.			
١٨	يساعد التحول الرقمي للخدمات الإدارية بالنادي على توفير وقتك ومجهودك.			
١٩	يوفر التحول الرقمي بالنادي الخدمات الإدارية لك على مدار اليوم.			
٢٠	يتيح التحول الرقمي بالنادي لك متابعة خدماته وأنشطته عبر منصاته الرقمية.			
٢١	تحتوي المنصات الرقمية للنادي على خطوات الإشتراك بالأنشطة الرياضية.			
٢٢	تتيح المنصات الرقمية للنادي مواعيد التدريبات للأكاديميات الرياضية.			
٢٣	تحتوي المنصات الرقمية للنادي على دفع رسوم الإشتراك بالأنشطة الرياضية.			
٢٤	تتيح المنصات الرقمية للنادي حجز المواعيد المناسبة لتدريبات للأكاديميات الرياضية.			
٢٥	تنشر المنصات الرقمية للنادي مواعيد بث المباريات الرياضية الهامة.			
٢٦	تحتوي المنصات الرقمية للنادي على فيديوهات لتدريبات الأنشطة الرياضية.			
٢٧	تعرض المنصات الرقمية للنادي المتميزين وأبطال النادي بالأنشطة الرياضية.			
٢٨	تعرض المنصات الرقمية للنادي أسماء المدربين وسيرة ذاتية عنهم.			
٢٩	ترى أن المنصات الرقمية للنادي ساعدت على زيادة أفرع الأكاديميات.			
٣٠	تسوق المنصات الرقمية للنادي أنشطة رياضية غير موجودة بالنادي.			
٣١	تتيح لك خدمات التحول الرقمي بالنادي التعرف على أصدقاء جدد.			
٣٢	ترى أن خدمات التحول الرقمي بالنادي ساعدت على زيادة أعضاءه.			
٣٣	توفر لك خدمات التحول الرقمي بالنادي ألعاب الكترونية ترفيهية.			
٣٤	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي أنشطة إجتماعية تجمع بين أفراد الأسرة.			
٣٥	توفر لك إدارة النادي جروبات بوسائل التواصل الإجتماعي لمتابعة أخباره.			
٣٦	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي برنامج بمواعيد الأنشطة الإجتماعية والترفيهية.			
٣٧	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي أنشطة إجتماعية تخص المرآة.			
٣٨	توفر خدمات التحول الرقمي بالنادي شاشات عرض كبيرة تتجمع مع أسرتك أمامها.			

ملحوظة: جميع البيانات والمعلومات بغرض البحث العلمي فقط وفى غاية السرية ،،،

مع خالص شكري وتقديري

الباحث

كليـة التربيـة الرياضيـة
قسم الإدارة الرياضية والترويح

مرفق (٥)
إستبيان الميزة التنافسية في صورته النهائية

- **البيانات الشخصية**

□ الاسم (اختياري): ..... السن : .....

□ النوع : ..... المؤهل : .....

المطلوب منك وضع علامة (✓) أمام كل عبارة فى الخانة التى تعبر عن رأيك بدرجة كبيرة كما فى المثال التالى :

م	العبـــــــــارات	نعم	إلي حد ما	لا
١	ـــــــــــــــــــــــ .	✓		
٢	ـــــــــــــــــــــــ .		✓	
٣	ـــــــــــــــــــــــ .			✓

<u>علما بأنه لا توجد إجابات خاطئة أو صحيحة ويرجاء التكرم بالإجابة على كل العبارات بصدق حتى يمكننا الاستفادة من رأيك فى خدمة البحث العلمي بشكل عام والمجال الرياضي بشكل خاص.</u>

م	العبارات	نعم	إلى حد ما	لا
١	تسعى إدارة النادي لتسهيل واتاحة خدمات النادي لك إلكترونياً.			
٢	تسعي إدارة النادي إلى توسيع قاعدة الخدمات المقدمة لك.			
٣	ينجز موظفي النادي الخدمات المقدمة لك في وقت قياسي ،ومن أول مرة مقارنة بتجاربك السابقة مع أندية أخرى.			
٤	تكرم إدارة النادي المتميزين من الأعضاء في كافة الأنشطة بالهدايا المجانية.			
٥	تسعى إدارة النادي بشكل دائم لتطبيق التقنيات الحديثة في تقديم الخدمات لك.			
٦	يمتلك النادي ملاعب مجهزة وأدوات رياضية ومرافق حديثة وجذابة مقارنة بأندية أخرى.			
٧	تلبي إدارة النادي احتياجاتك الخدمية وجذب ثقتك وثقة جميع الأعضاء.			
٨	ترى أن جودة الخدمات المقدمة لك من إدارة النادي هو سبب انتسابك له مقارنة بالأندية المنافسة الآخرى.			

م	العبارات	نعم	إلى حد ما	لا
٩	توفر إدارة النادي خط ساخن لإستقبال شكواك بأي وقت.			
١٠	توفر إدارة النادي خدمات الإشتراكات بالأنشطة الرياضية لك على مدار اليوم.			
١١	تعلن لك إدارة النادي لائحة بضوابط سلوك الأعضاء بالنادي.			
١٢	توظف إدارة النادي موظفين يمتلكون القدرة على إبتكار أفكار جديدة لتسهيل الخدمات المقدمة للأعضاء.			
١٣	تستعين إدارة النادي بتجارب الأندية العالمية أو المنافسة للإستفادة منها في تطوير خدماتها للأعضاء.			
١٤	تسعي إدارة النادي إلى تقديم وخلق خدمات جديدة لك باستمرار.			
١٥	ترى حرص إدارة النادي على مواكبة التغييرات التكنولوجية والإدارية وتنمية قدراتها الإدارية في تقديم خدماتها لك.			
١٦	تستخدم إدارة النادي التطبيقات الرقمية الحديثة في تقديم خدماته لك دون الحضور للنادي.			
١٧	توفر إدارة النادي خدمات الإستعلام والإستفسار وتلقي شكاويك إلكترونياً.			
١٨	تحرص إدارة النادي على تقديم أفضل الخدمات بكفاءة عالية وبأقل تكلفة.			
١٩	تتوافق تكلفة الخدمات المقدمة من قبل النادي مع ظروفك المعيشية.			
٢٠	يقدم النادي الخدمات والإشتراكات بتكلفة أفضل مقارنة بالأندية الآخرى.			
٢١	تهتم إدارة النادي بتقييم سياستها التسعيرية للإشتراكات من حين لآخر.			
٢٢	تقدم إدارة النادي لك في اشتراكاتها سياسة التقسيط لتتناسب مع قدراتك المادية.			
٢٣	تسهل إدارة النادي لك دفع أقساط على مدة طويلة تتناسب مع امكانياتك المادية.			
٢٤	تصدق إدارة النادي في تقديم خصومات مالية عند التزامك بمواعيد التجديدات السنوية.			
٢٥	تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بالأنشطة الرياضية بالنادي كخصم الأخوات.			
٢٦	تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بأنشطة النادي كاشتراك ربع سنوي.			
٢٧	تقدم إدارة النادي عروض للأشتراك بأنشطة النادي كاشتراك بنصف القيمة.			
٢٨	تجد سهولة في الحصول على موعد زيارة للنادي.			
٢٩	تشعر بالرضا عند استقبال مسؤولي النادي أثناء زيارتك.			
٣٠	تسهل إدارة النادي لك في اشتراكاتها سياسة التقسيط بدون فائدة.			
٣١	توفر إدارة النادي لك التواصل معها بصفة مستمرة دون قيود.			
٣٢	تسعى إدارة النادي بتقديم التسهيلات وتذليل الصعوبات في تقديم الخدمات لك.			
٣٣	تطبق إدارة النادي لائحة الجزاءات على سلوك الأعضاء بعد التنبيه مرة على الأقل.			

ملحوظة: جميع البيانات والمعلومات بغرض البحث العلمي فقط وفى غاية السرية ،،،

مع خالص شكري وتقديري

الباحث